

## **Yhteisöllisyyden keinot keskustelupalstoilla: Miten vauva.fi:n äitiyskeskustelupalstoja voidaan kehittää?**

Eveliina Linkoheimo

|  |  |
|--|--|
| <b>Tekijä</b><br>Eveliina Linkoheimo   |  |
| <b>Koulutusohjelma</b><br>Journalismi  |  |
| <b>Opinnäytetyön otsikko</b><br>Yhteisöllisyyden keinot keskustelupalstoilla: Miten vauva.fi:n äitiyskeskustelupalstoja voidaan kehittää?  | <b>Sivu- ja liitesivumäärä</b><br>62 + 0 |
| <p>Tämän opinnäytetyön tarkoitus oli selvittää, millainen on toimiva, yhteisöllinen keskustelupalsta. Työn toimeksiantaja oli Sanoma Lifestylen Vauva-lehti. Tutkimuksen tarkoitus oli paikantaa, mitä uusia ominaisuuksia Vauvan kannattaisi verkkosivuillaan toimivalle keskustelupalstalleen lisätä, jotta se houkuttelisi lisää kävijöitä.</p> <p>Opinnäytetyötä varten haastateltiin Vauva-lehden toimituspäällikköä. Opinnäytetyössä on myös eritelty tärkeimmät aiheeseen liittyvät käsitteet. Teoriaosuudessa on pohdittu yhteisöllisyyttä keskustelupalstoilla alan tutkimuksen valossa.</p> <p>Työtä varten tutkittiin ja analysoitiin suomalaisia ja ulkomaalaisia äitiyskeskustelupalstoja. Lisäksi tutkittiin Facebookin äitiysryhmiä, jotka ovat viime vuosina olleet yhä suositumpia ja vieneet käyttäjiä perinteisiltä keskustelupalstoilta. Tutkimuksen tarkoitus oli kartoittaa ominaisuuksia, jotka voidaan ottaa käyttöön myös vauva.fi:n keskustelupalstalla.</p> <p>Lisäksi työtä varten teetettiin kysely vauva.fi -verkkosivuston keskustelupalstan kävijöille. Kyselyssä kartoitettiin, mitä mieltä palstan nykyiset kävijät olivat ominaisuuksista, joita keskustelupalstalle mahdollisesti voitaisiin lisätä.</p> <p>Keskeinen tutkimustulos on, että vauva.fi:n keskustelupalstaa uudistettaessa palstalle on syytä lisätä ominaisuuksia, jotka tukevat palstan yhteisöllisyyttä. Tällaisia ominaisuuksia ovat esimerkiksi profiilikuva, kommenttilaskuri ja kuvienjakomahdollisuus.</p> <p>Toisaalta tutkimusta tehdessä selveni, että aikakauslehden verkkosivuilla toimivasta keskustelupalstasta on oikeasti hyötyä myös lehden toimitukselle. Keskustelupalsta tarjoaa juttuideoita ja sen kävijöitä voidaan hyödyntää lehden teossa joukkoistamalla.</p> <p>Opinnäytetyö tehtiin huhti- ja toukokuun aikana vuonna 2015.</p> |  |
| <b>Asiasanat</b><br>Aikakauslehdet, vauvalehdet, keskustelupalstat, yhteisöllisyys   |  |

## Sisällys

|       |   |    |
|-------|---|----|
| 1     | Johdanto .....  | 1  |
| 2     | Toimeksiantajan esittely .....  | 3  |
| 2.1   | Vauva.fi:n teemakeskustelupalstat .....                                   | 4  |
| 2.2   | Vauvan toimituspäällikön mietteitä vauva.fi:n keskustelupalstoista.....   | 4  |
| 3     | Käsitteet .....   | 10 |
| 3.1   | Aikakauslehti.....  | 10 |
| 3.2   | Joukkoistaminen .....   | 10 |
| 3.3   | Sosiaalinen media.....  | 11 |
| 3.3.1 | Facebook .....  | 11 |
| 3.4   | Keskustelupalsta tai -foorumi .....                                       | 11 |
| 3.4.1 | Keskustelupalstojen merkitys äideille .....                               | 12 |
| 4     | Yhteisöllisyys keskustelupalstoilla .....                                 | 15 |
| 4.1   | Identiteetti ja sen muodostuminen verkossa.....                           | 15 |
| 4.2   | Erilaiset verkkoyhteisöt ja niissä tapahtuva vuorovaikutus .....          | 17 |
| 4.3   | Verkkoyhteisöjen erilaiset jäsenet .....                                  | 18 |
| 4.4   | Suhteiden syntyminen keskustelupalstoilla .....                           | 19 |
| 4.5   | Anonyymius .....  | 21 |
| 4.6   | Verkkoyhteisöjen tekniset ominaisuudet.....                               | 21 |
| 5     | Tutkimusmenetelmät .....  | 23 |
| 5.1   | Keskustelupalstojen ja -ryhmien havainnointi ja analysointi .....         | 23 |
| 5.2   | Kysely .....  | 24 |
| 6     | Internetin äitiyskeskustelupalstat.....                                   | 27 |
| 6.1   | Äitiyskeskustelupalstat: Kaksplus.fi, vau.fi ja vauva.info .....          | 27 |
| 6.1.1 | Kaksplus.fi.....  | 27 |
| 6.1.2 | Vau.fi.....   | 31 |
| 6.1.3 | Vauva.info .....  | 34 |
| 6.2   | Ulkomaiset äitiyskeskustelupalstat .....                                  | 36 |
| 6.2.1 | Mumsnet .....   | 36 |
| 6.2.2 | The Bump .....  | 37 |
| 6.3   | Facebookin äitiysryhmät .....   | 39 |
| 6.3.1 | Vauva 2015.....   | 39 |
| 6.3.2 | Imetyksen tuki ry .....   | 43 |
| 6.4   | Analyysi .....  | 45 |
| 7     | Vauva.fi:n keskustelupalstalaisille teetetty kysely ja sen tulokset ..... | 49 |
| 7.1   | Taustatietojen tulokset .....   | 49 |
| 7.2   | Miksi ja millä osastoilla palstalla käydään?.....                         | 51 |
| 7.3   | Mitä ominaisuuksia halutaan? .....  | 52 |

|   |    |
|---|----|
| 7.4 Asiantuntijoiden ja toimituksen näkyvyys palstalla..... | 54 |
| 8 Pohdinta.....   | 56 |
| Lähteet .....   | 58 |

# 1 Johdanto

Aikakauslehtien verkkosivut ovat yhä tärkeämpiä lehtien selviytymisen kannalta. Lehtien tilaajamäärät laskevat, mutta verkossa riittää kävijöitä.

Myös toimituksissa halutaan panostaa verkkosisältöön yhä enemmän ja enemmän. Tästä kertoo esimerkiksi se, että olen itse kesän 2015 ajan kesätoimittajana Kodin Kuvalehdes-  
sä verkkotoimittajan roolissa. Kodin Kuvalehti halusi ensimmäistä kertaa palkata kesä-  
työntekijät, jotka tekevät sisältöä pelkästään lehden verkkosivuille. Printtilehteä tekevillä  
toimittajilla ei nimittäin ole aina aikaa panostaa myös verkkosivujen sisältöön muun työnsä  
ohella.

Lukijat tulevat aikakauslehden verkkosivuille toimituksellisen sisällön eli juttujen perässä.  
Joidenkin aikakauslehtien sivuilla toimii kuitenkin myös keskustelupalsta, joka houkuttelee  
sivuille kävijöitä.

Keskustelupalstoja voidaan hyödyntää toimituksissa. Niistä saadaan juttuideoita, jopa  
mahdollisia haastateltavia, ja niiden kautta voidaan synnyttää vaikkapa kokonaisia uusia  
palstoja printtilehtiin ("Tässä kuussa nettisivuillamme keskusteltiin...").

Keskustelupalstoissa ehdottoman arvokasta on se, että keskustelupalstat vetävät verkko-  
sivuille parhaimmillaan valtavan määrän ihmisiä. Tällaisesta väkimassasta on syytä huo-  
lehtia ja pitää kiinni. Suositusta keskustelupalstasta on hyötyä aikakauslehdelle, koska:

- a) aktiiviset keskustelijat houkuttelevat palstalle lisää keskustelijoita, jolloin verkkosivuston kävijämäärä nousee
- b) aktiivinen keskustelupalsta lisää sivuston ja lehden tunnettavuutta
- c) aktiivinen keskustelupalsta on oivallinen juttuaiheiden aarrearkku
- d) aktiivisia keskustelijoita voidaan houkutella mukaan lehdentekoon esimerkiksi kyselyiden tai gallupien avulla
- e) keskustelijoita ja palstan perässä sivustolle tulleita voidaan houkutella myös printtilehden lukijoiksi esimerkiksi sivuston mainonnan avulla.

Tämän opinnäytetyön tavoite on tutkia yhteisöllisyyden keinoja keskustelupalstoilla. Tar-  
koitus on löytää keinoja, joilla voidaan tukea ja kehittää vauva.fi:n äitiyskeskusteluja ja  
niiden yhteisöllisyyttä, joka liittyy journalistisen tuotteen eli Vauvan kohderyhmään – odot-  
tajiin, vauvakuumeilijoihin ja pikkulasten vanhempiin. Opinnäytetyön tutkimuskysymyksiä  
ovat:

- 1) Millaisista aineksista hyvä yhteisöllinen keskustelupalsta muodostuu?
- 2) Mitä uusia ominaisuuksia vauva.fi:n keskustelupalstalle kannattaisi lisätä uudistuksen yhteydessä?
- 3) Miten halukkaita vauva.fi:n keskustelijat ovat osallistumaan lehden sisällöntuotantoon?

Opinnäytetyöni toimeksiantaja on Sanoma Lifestylen Vauva-lehti. Vauva toivoo saavansa lisää kävijöitä verkkosivujensa vauva.fi:n äitiyskeskustelupalstoille. Opinnäytetyö kannattaa tehdä juuri nyt, sillä vauva.fi -sivusto uudistuu ensi syksynä. Sitä ennen Vauva haluaa selvittää, miten se voisi lisätä keskustelupalstojensa houkuttelevuutta.

Opinnäytetyössäni on kahdenlaista tutkimusaineistoa: havainnoimalla hankittua ja kyselyllä hankittua. Havainnoin internetin erilaisia äitiys- ja vanhemmuuskeskustelupalstoja ja aikakauslehtien verkkosivuilla toimivia yhteisöpalveluita. Tarkoitus on löytää keinoja, joita Vauva voi hyödyntää verkkosivu-uudistuksessaan. Lisäksi teetän kyselyn vauva.fi:n äitiyskeskustelupalstojen kävijöille.

Opinnäytetyön rakenne jakautuu seuraavasti: ensin esittelen toimeksiantajan eli Vauva-lehden sekä sen verkkosivuston. Lukuun 2 kuuluu myös Vauvan toimituspäällikön haastattelu. Luvussa 3 käyn läpi tärkeimmät käsitteet. Luvussa 4 pohdin yhteisöllisyyttä keskustelupalstoilla teorian kautta. Luvussa 5 esittelen lyhyesti käyttämäni tutkimusmenetelmät. Erittelen ne tarkemmin seuraavissa luvuissa: luvussa 6 käyn läpi tutkimani äitiyskeskustelupalstat ja -ryhmät sekä analysoin löydökseni, ja luvussa 7 käyn läpi vauva.fi:n kävijöille teettämäni kyselyn tulokset. Viimeisessä luvussa pohdin opinnäytetyön tekoprosessia ja eettisiä kysymyksiä.

## 2 Toimeksiantajan esittely

Vauva on yli 20 vuotta vanha aikakauslehti ja Suomen suurin vauvaperheiden lehti. Vauvan aihepiirit liittyvät vauvaperheen elämään: lapsen yrittämiseen ja lapsettomuuteen, odotusaikaan eri vaiheineen, synnytykseen, vauvan kehitykseen, kasvuun ja hoitoon, vauvaperheen hankintoihin, huoliin, iloihin ja murheisiin. Vauva tarjoaa elämyksiä ja vertaistukea sekä alan uusinta tietoa. (Sanoma Magazines 2014, Mediaopas.)

Vauvalla on 112 000 naislukijaa (KMT Lukija S2013/K2014) ja sen levikki on 27 619 (LT 2014). Lehti uudistui vuoden 2014 alussa. Suurin ja oikeastaan ainoa kilpailija Suomen aikakauslehtikentällä on Kaksplus.

Vauvan verkkosivuilla vauva.fi:ssä käy viikoittain noin 540 000 kävijää (Ruohonen 16.3.2015). Erityisen suosittuja ovat vauvan keskustelupalstat. Niiden Aihe vapaa -palsta on vanhemmuuspiirien ulkopuolellakin tunnettu keskustelupalsta.

Lisäksi Vauva-lehdellä on Facebook-sivut, joilla on 11 324 tykkääjää 2.4.2015 sekä Instagram, 1351 seuraajaa 2.4.2015.

On kiinnostavaa, että tutkimuskohteena on juuri Vauva-lehti ja sen verkkosivujen keskustelupalsta. Ensinnäkin vauva.fi on Suomen aikakauslehtien verkkosivustoista kaikkein suosituin. Se on sijalla 14 Suomen web-sivustojen viikkolukuja mitattaessa. Viikolla 13 vauva.fi:n viikkotavoittavuusluku oli 527 000. Kilpailija Kaksplussan verkkosivuilla kävi samalla viikolla 366 000 kävijää (TNS 13/2015). Outi Sonkamuotka arvioi Naistenlehdet ja netti -opinnäytetyössään, että vauva.fi:n ja kaksplus.fi:n suosio selittyy lehtien selkeillä kohderyhmillä, mutta myös juuri niiden aktiivisilla keskustelupalstoilla (Sonkamuotka 2013, 10).

Olin itse työharjoittelussa Vauva-lehden toimituksessa syksyllä 2014. Työharjoitteluni aikana oivalsin sen, että harvalla suomalaisella aikakauslehdellä on samanlainen lukijakunta kuin Vauvalla. Vauva on ennen kaikkea kohderyhmämedia. Vauvan lukijoille tyypillistä on nopea vaihtuvuus. Lehteä luetaan yleensä vauvakuumeen tai raskauden alusta siihen asti, kun vauva on taaperoiässä. Sitten lukijakunta vaihtuu. Lukijat ovat tiiviisti mukana lehden teossa, eläytyvät voimakkaasti juttuihin ja antavat paljon palautetta. He ovat intohimoinen, mutta alati vaihtuva joukko.

## 2.1 Vauva.fi:n teemakeskustelupalstat

Aihe vapaa -palstan lisäksi vauva.fi:ssä on erilaisia teemakeskustelualueita, jonne kirjoittaminen edellyttää rekisteröitymistä. Teemakeskustelupalstojen eri osiot ovat Vauvakuume, Raskaus ja synnytys, Vauvat ja taaperot, Lapsettomuus ja adoptio, Äidit ja isät sekä Nimet (Vauva-lehden verkkosivut 20.4.2015).

Teemakeskusteluissa käyttäjät keskustelevat anonyymisti äitiydestä, odotusajasta, vauvahaaveista, lapsen yrittämisestä, imettämisestä ja kaikesta äitiyteen, vanhemmuuteen ja vauvoihin liittyvästä. Suosittuja ovat etenkin aiemmin olleet myös keskustelut, joihin koontuvat odottavat äidit, joiden laskettu aika on saman kuukauden aikana (Ruohonen & Larjo, 12.3.2015). Näissä keskusteluissa vaihdetaan kokemuksia, tunteita, iloa ja huolia.

## 2.2 Vauvan toimituspäällikön mietteitä vauva.fi:n keskustelupalstoista

Haastattelin Vauvan toimituspäällikköä Anna Ruohosta opinnäytetyön tarkoitukseen ja tavoitteisiin liittyen. Toimituspäällikkönä Ruohonen on vastuussa vauva.fi:stä ja sen kehityksestä.

Haastattelun avulla pyrin selvittämään Vauvan keskustelupalstojen nykytilanteen ennen vauva.fi -sivuston tulevaa uudistusta. Erityisesti pureuduin verkkosivustojen teemakeskustelupalstojen tilaan. Selvitin, mitä toiveita Vauvan toimituksella on teemakeskusteluiden tulevaisuuden suhteen. Selvitin myös, miksi keskustelupalsta ylipäänsä on tärkeä Vauvalle.

**Vauva.fi:n nykytilanne.** Vauva.fi:ssä on yli 500 000 viikkokävijää. Vauva.fi:n keskustelupalstan suurin osio on Aihe vapaa, jossa keskustellaan pääosin ilman nimimerkkiä. Aihe vapaan kävijät muodostavat pääasiallisen liikenteen koko vauva.fi:stä. Av-palstasta julkaistiin pari vuotta sitten mobiilisivusto, joka on nostanut nopeasti suosiotaan ja jota selvästi käytetään paljon. Ensi syksynä koko vauva.fi siirtyy uudelle alustalle, joka toimii mobiilissa ja on responsiivinen eli toimii millä laitteella tahansa. (Ruohonen 13.4.2015.)

Av-palsta on laajasti tunnettu, myös vanhemmuuspiirien ulkopuolella. Ruohonen huomauttaa, että Av on juttujen lähde monille naistenlehdille ja iltapäivälehdille: "Siellä on totuus siitä, mistä naiset puhuvat." (Ruohonen 13.4.2015.)

Vauva.fi:n äitiyspalstoille on rekisteröityttävä, jos haluaa keskustella. Rekisteröityminen palstalle on tärkeää palstan laadun kannalta, sillä palstoilla monet seuraavat mielellään



kiinnostavia tyyppejä, joiden mielipiteet huomataan. Rekisteröityminen tekee palstasta yhteisöllisemmän, kun nimimerkit yhdistetään tiettyihin henkilöihin. Anonyymius on jossain tilanteissa hyvä asia, mutta nimimerkkien kautta syntyy virtuaalimaailman ystävyyksiä. (Ruohonen 13.4.2015.)

Vauva.fi on Suomen suurin naistenlehden verkkosivusto ja äitien isoin keskustelupaikka. Se toimii tärkeänä apuna silloin, kun vanhemmuus ei ole helppoa. Myös vauva.fi:n keskustelupalstalla menee melko hyvin. Jos tutkitaan статистиikkaa ja palstalle uudelleen palaavien kävijöiden määrää, on toimituksen tiedossa, että palstalla on suuri määrä ihmisiä, jotka ovat palstaan koukuttuneita. (Ruohonen 13.4.2015.)

"Äidit kokevat etenkin intiimeissä hetkissä nettiyhteisön läheiseksi. 'Milloin minusta tulee äiti' -tyyppiset keskustelut ovat hyvin henkilökohtaisia ja niihin liittyy voimakkaita tunteita." (Ruohonen 13.4.2015.)

**Ongelma.** Aihe vapaa on niin suuri, että sen keskustelut hajoavat lukuisiin eri aiheisiin. Moderoinnin tarve on kasvanut käyttäjämäärän noustessa. Ruohosen mukaan Aihe vapaa on Vauvan toimituksen mielestä hyvä palsta, mutta se ei yksin riitä palvelemaan Vauvan kohderyhmää. Vauvan kohderyhmä – äidit, odottajat ja vauvakuumeilijat – kaipaavat vauva-aikaan, synnytykseen, odotusaikaan ja lapsettomuuteen liittyvää intiimiä keskustelua, jota Aihe vapaa ei voi tarjota. (Ruohonen 13.4.2015.)

Vauva.fi:ssä lehden varsinaista kohderyhmää palvelevat keskustelupalstan äitiyskeskustelut, jonne kirjoittaminen vaatii rekisteröitymisen. Ruohonen kertoo, että viime vuosina oli väliaika, kun äitiyspalsta ei ollut kunnolla käytettävissä mobiilissa, ja muun muassa sen vuoksi kävijämäärät lienevät laskeneen. Äitiyspalstat ovat nykyään hiljaisempia kuin mitä toimitus toivoisi. (Ruohonen 13.4.2015.)

**Ratkaisu?** Koska vauva.fi uudistuu ensi syksynä, on nyt hyvä hetki pohtia myös keskustelupalstan tulevaisuutta. Sivuston äitiyskeskustelupalstoja halutaan uudistaa, ja niille halutaan saada lisää aktiivisia kävijöitä. Aihe vapaa -palstaan ei juurikaan haluta koskea, se pysyy nykyisen kaltaisena. Lisäksi rekisteröityneille käyttäjille on ylipäänsä mahdollista tarjota eri mahdollisuuksia kuin anonyymeille kirjoittajille. (Ruohonen 13.4.2015.)

Vauvan toimituslaiset yrittävät selvittää, millaisia lisäominaisuuksia äitiyspalstan käyttäjille kannattaa tarjota, jotta he viihtyisivät palstalla mahdollisimman hyvin. Toimituksessa pohditaan, haluaisivatko äidit esimerkiksi tallentaa omia keskustelujaan, käyttää hashtagia keskusteluissa, jakaa kuvia palstalla tai haluaisivatko käyttöönsä valmiita emojiä eli hy-

miöitä. Pohdinnassa on myös, olisiko mahdollista luoda jonkinlaisia ilmoituksia, jotka kertovat keskustelijalle, kun hänen viestiinsä on tullut vastaus. (Ruohonen 13.4.2015.)

Lisäksi toimitus pohtii, kannattaako uudistuksen yhteydessä kehittää mekanismeja, jotka nostavat suosittuja keskusteluja sivulla ylös – nykyisin ylhäällä ovat keskustelut, joihin on viimeisimmäksi kirjoitettu. (Ruohonen 13.4.2015.)

Tällä hetkellä äitiyspalstoilla voi jakaa kuvia viesteissä, mutta se ei kenties ole kovin hyvin palstalaisten tiedossa. Ruohonen kertoo, että aiemmin palstaa kehitettäessä uskottiin, että keskustelijat haluavat mahdollisuuden perustaa itse suljettuja ryhmiä. Luulo osoittautui vääräksi, eikä suljettuja ryhmiä juuri perustettu. Nyt on kenties syytä pohtia, voisiko sama ominaisuus jo kiinnostaa palstalaisia. (Ruohonen 13.4.2015.)

Varmaa on se, että vauva.fi:n äitiyspalstojen keskustelijat luovat mielellään itse omia ryhmiä sen mukaan, milloin heille syntyy vauvoja. Ryhmät ovat "Tammikuun vauvat" - tyyppisesti nimettyjä, ja niissä keskustelu on usein aktiivista. (Ruohonen 13.4.2015.)

"Keskustelupalstat ovat kuin disko: jos siellä ei ole ketään, ei sinne kukaan halua mennä. Vaatii tietyn massan, että ihmiset tulevat palstalle." (Ruohonen 13.4.2015.)

Lasketun ajan mukaan järjestäytyneistä ryhmistä on myös aiemmin tullut ihan oikeita yhteisöjä, joihin kuuluneet ihmiset järjestivät treffejä ja tapasivat toisensa "ulkomaailmassa". (Ruohonen 13.4.2015.)

**Facebook kilpailijana.** Ruohonen tietää, että äidit keskustelevat yhä enemmän Facebookissa ja perustavat sinne omia äitiysryhmiään. Hänestä on kiinnostavaa pohtia, mikä arvo anonymiteetillä on nykyään. Facebookin äitiysryhmissä on paljon nuoria äitejä, jotka julkaisevat kuvia itsestään ja lapsistaan. Nykyään onkin aiempaa tavallisempaa käydä hyvinkin intiimejä keskusteluja omalla nimellä – vieläpä ryhmässä, jossa on tuhansia ihmisiä. (Ruohonen 13.4.2015.)

"Mietin, että muuttuukohan näiden äitien mieli, kun he ovat 35-vuotiaita? Haluavatko he silloin taas keskustella nimettömänä? Vai onko anonyymiuden tärkeys vähentynyt? On aika absurdia, että joku kirjoittaa omalla nimellään Facebookin tuhansien ihmisten keskusteluryhmässä, ettei ole vielä kertonut raskaudesta lähipiirilleen, kun se on niin alussa. Mutta tuhannet tuntemattomat saavat kuulla asiasta. Tämä muutos on mielestäni jännittävä." (Ruoho-

nen 13.4.2015.)

Facebook-ryhmät ovat usein jonkun äidin perustamia ja ylläpitämiä. Monissa tapauksissa vertaismoderointi toimii hyvin, mutta Ruohonen on havainnut pisteen, kun ryhmiin liittyy liikaa ihmisiä eivätkä ylläpitäjät jaksa enää moderoida ryhmän toimintaa. Joskus ryhmiä poistetaan, kun ylläpitäjät eivät enää jaksa huolehtia niistä. (Ruohonen 13.4.2015.)

Ruohonen pohtii, onko äitikeskustelijoiden mielestä jotain arvoa sillä, että vauva.fi:ssä on palkattu moderaattori, joka valvoo ja seuraa palstan toimintaa. Hän nostaa myös esiin vauva.fi:n edun: jos äidit perustavat omia ryhmiään vauva.fi:n palstalle, ne eivät koskaan katoa sen takia, että ylläpitäjä kyllästyy tai suuttuu jollekin toiselle keskustelijalle. (Ruohonen 13.4.2015.)

**Keskustelupalstojen tärkeys ja hyöty lehdelle.** Ruohosen mukaan vauva.fi:n äitiyskeskustelupalsta on lehdelle ehdottoman tärkeä. Palstalla viihtyvä yhteisö on syy sille, miksi sivustoon jäädään koukkuun. Keskustelupalstan yhteisö on syy palata takaisin sivustolle. Yhteisö on samalla myös journalistisen tuotteen, Vauva-lehden, yleisö ja kohderyhmä. Keskustelupalsta mahdollistaa sen, että Vauvan ydinkohderyhmä on erittäin lähellä ja koko ajan läsnä lehden verkkosivuilla. Se on tärkeää lehdelle. (Ruohonen 13.4.2015.)

Keskustelupalsta on tärkeä myös liiketalouden kannalta. Nettipalvelut tarvitsevat kävijöitä menestyäkseen taloudellisesti, ja keskustelupalstaa voi kiittää vauva.fi:n suuresta kävijämäärästä. Ruohosen mukaan toimitus ei kuitenkaan mieti keskustelupalstan liiketaloudellisia puolia, tai ainakaan sen ei kuulu niitä miettiä. (Ruohonen 13.4.2015.)

"Verkkopalveluiden uudistusta suunnitellessa mietitään, että on hyvä, jos joku ostaa meiltä jotain ja että joku on silmäparina mediamainonnalle. Mutta on muitakin mahdollisuuksia olla hyvä asiakas: osallistuminen keskustelupalstojen keskusteluun, nimimerkin tekeminen palstalle." (Ruohonen 13.4.2015.)

Keskustelijoista on myös se hyöty, että he ovat Vauvan kohderyhmää ja heidät voi yrittää houkutella tilaamaan lehden tai tekemään digitilauksen. Journalismia kun voi ostaa myös verkossa. (Ruohonen 13.4.2015.)

Ruohosen mukaan yksi keskustelupalstan tärkeimmistä hyödyistä on se, että toimitus saa palstalta juttuideoita. Toimitus saattaa aloittaa palstalla kyselyitä juttuja varten ja joukkoistaa siten journalistista työtä. Kyselyiden aloittaminen tehdään tosin vielä nykyään yleensä

artikkelipaikoilla, harvemmin palstalla. Myös Facebookia käytetään joukkoistuksessa paljon. Ruohonen toivoo, että Facebookin yhteisöllisyys – kuvien jakaminen, kommentointi ja keskustelu – toteutuisi tulevaisuudessa myös Vauvan omalla sivustolla. (Ruohonen 13.4.2015.)

Ruohonen toivoo myös, että toimitus voisi tulevaisuudessa olla palstalla läsnä entistä enemmän:

"Se, että ollaan ihmisten kanssa tekemisissä – luetaan keskusteluita ja osallistutaan niihin – on meille aito juttujen lähde. Keskustelupalstalla ovat näkyvissä kaikki ne vilpittömät aiheet, joista äidit kaipaavat juttuja. Palstalta voimme lukea, mikä äitejä kiinnostaa ja mistä he liikuttuvat. Palsta on siis erittäin tärkeä juttuaiheiden lähde – siellä ne lukijoiden tarpeet ovat, suodatamattomina ja aitoina." (Ruohonen 13.4.2015.)

"Toivon itse, että voisimme mennä enemmän siihen suuntaan, että toimituksen jäsenet osallistuisivat keskustelupalstan yhteisöihin silloin, kun se on luontevaa. Tarkoitus ei ole häiritä yhteisöä, vaan voisimme kysyä yhteisöltä mielipiteitä ja joukkoistaa sillä tavoin aiheiden hankintaa ja kehitystä. Mielestäni palstan yhteisöön kuulumisen pitäisi olla osa journalistista työtä tietyissä tilanteissa." (Ruohonen 13.4.2015.)

Yhteisöllisyys on avainsana. Ruohosen mukaan johtojatous keskustelupalstan uudistuksessa tulee olemaan se, miten palstan yhteisöllisyyttä voidaan kehittää. Toimitukselle on toki tärkeää pohtia myös palstan ja journalismin yhdistämistä: mitä journalistista materiaalia voidaan tuottaa palstan avulla. Sillä vaikka yhteisö ja keskustelu ovat itsessään tärkeitä, tuotteena Vauvan ydin on journalismi. (Ruohonen 13.4.2015.)

**Keskustelupalstan ja vauva.fi:n tulevaisuus.** Vauvan väki pyrkii koukuttamaan lukijansa ja yleisönsä ja saamaan heidät viihtymään tuotteiden kanssa. Viihtyminen on iso osa mediankulutusta, eikä se tarkoita hömppää – viihde voi olla myös keskustelua, kivoja juttuja, pieniä elämyksiä. Journalistinen tuotteen parissa viihtyminen voi olla muutakin kuin tekstin lukemista. Se voi olla juttujen jakamista ja lukemista. Viihtyminen on myös yhteisöllistä: jutut jaetaan, niitä kommentoidaan. (Ruohonen 13.4.2015.)

Ruohonen uskookin, että tulevaisuudessa journalistisen tuotteen kulutus tulee muuttumaan yhteisöllisemmäksi. Hän näkee, että osa tuotteen iloa on se, että jutut voi jakaa ja lukea ystävien juttusuosituksia sosiaalisesta mediasta. (Ruohonen 13.4.2015.)

Verkkosivu-uudistuksen lisäksi Vauvassa tehdään paraikaa lisätuotepalettia ja lisäpalveluita vauvaperhemaailmaan. Osa lisätuotteista on digitaalisia ja kaikki ovat vähintäänkin tilattavissa netistä. Nämä tuotteet on tarkoitus tuoda myös keskustelupalstaliikenteen äärelle. (Ruohonen 13.4.2015.)

On myös mahdollista, että Vauvalla on tänä vuonna tekninen valmius tehdä enemmän lukijoille avoimia alueita, joille he voivat tuottaa omaa sisältöä. Monet lehdet tarjoavat lukijoille mahdollisuuden perustaa omia blogeja lehden sivuilla. Vauva aikoo edetä uudistuksissaan pieni askel kerrallaan. (Ruohonen 13.4.2015.)

Ruohonen toivoo, että koko vauva.fi:n palvelu on tulevaisuudessa yhteisöllistä. Hän toivoo, että verkkosivuilla on keskustelua, keskusteluryhmiä, journalismia ja blogeja. Tärkeänä hän pitää sitä, että kaikki journalistinen sisältö olisi kulutettavissa yhteisöllisesti: juttuja voi jakaa, kommentoida ja niistä voi keskustella – verrattuna siihen, että lehti vain kolahtaa yksittäisen ihmisen postiluukusta sisään. Tällä hetkellä Vauvan toimituksen varsinaista työtä, juttuja joihin eniten on panostettu, ei julkaista kuin printissä. Vain joskus pidemmät jutut saatetaan julkaista myös netissä, mutta silloinkin viiveellä. (Ruohonen 13.4.2015.)

"Vanhemmat sukupolvet lukevat lehtiä, nuoret lukevat juttuja. Meidän on tulevaisuudessa annettava lehden sisällöt siihen käyttöön, että kun joku on maksanut tuotteestamme hinnan, hän voi tehdä tuotteella mitä haluaa – jakaa sen sisältöä haluamaansa verkostoon. On mielestäni tärkeä osa journalismin tulevaisuutta, että tuotteet tulevat yhteisölliseen käyttöön. Se on mielestäni menestyksen edellytys." (Ruohonen 13.4.2015.)

### **3 Käsitteet**

Tässä luvussa esittelen lyhyesti opinnäytetyön kannalta tärkeimmät käsitteet ja termit. Niitä ovat aikakauslehti, joukkoistaminen, sosiaalinen media, Facebook sekä keskustelupalsta. Lisäksi käsittelen luvun lopussa keskustelupalstojen merkitystä äitien elämässä. Opinnäytetyön kannalta on tärkeää ymmärtää, miksi keskustelupalstat ovat tärkeitä juuri äideille.

#### **3.1 Aikakauslehti**

Aikakauslehden alkuperäisnimitys magazine viittaa tavarataloon – lehtien sisältämän "tiedon tavarataloon". Aikakauslehti on säännöllisin väliajoin ilmestyvä aikakautinen painotuu-te. Aikakauslehti voi ilmestyä kerran viikossa tai kerran kuukaudessa, mutta kuitenkin vähintään neljä kertaa vuodessa. Aikakauslehden numero sisältää useita artikkeleita ja muuta toimituksellista aineistoa. (Kuutti 2006, 9.)

Aikakauslehdet voidaan jakaa neljään ryhmään. Niitä ovat yleisaikakauslehdet, ammattija järjestölehdet, mielipidelehdet sekä asiakaslehdet. (Stenvall-Virtanen & Vähämäki 2006, 65.)

Naistenlehdet ovat yleisölehtiä. Niitä valmistetaan ja markkinoidaan laajalle kohdeyleisölle. Samalla pyritään kustannustoiminnan liiketaloudelliseen kannattavuuteen. (Kuutti 2006, 9.)

#### **3.2 Joukkoistaminen**

Crowdsourcing on yhdistelmä sanoja "crowd" eli joukko sekä "outourcing" eli ulkoistaminen. Crowdsourcingin idea on ulkoistaa jokin työtehtävä ryhmälle ihmisiä. Tunnetuin esimerkki crowdsourcingista lienee internetin tietosanakirja Wikipedia, jonne kuka tahansa voi luoda sisältöä. (Daily Crowdsourc 26.4.2015). Suomeksi crowdsourcingista käytetään nimeä joukkoistaminen.

Tanja Aitamurron mukaan joukkoistaminen tarkoittaa kaikille avointa kutsua lähteä mukaan suorittamaan verkossa olevaa tehtävää. Osallistujat voivat tuoda joukkoistajan käytettäväksi esimerkiksi tietoa, mielipiteitä tai taitoja. (Eklund & Murmann 2014, 45.)

Journalismista puhuttaessa joukkoistamisella tarkoitetaan sitä, että lukijat otetaan mukaan lehdentekoprosessiin. Joukkoistamisen etuja ovat esimerkiksi lukijasuhteen syveneminen

ja mahdollisuus kerätä tietoa lukijoiden mielipiteistä, haittana puolestaan on toimituksen työmäärän kasvu. (Sonkamuoatka 2013, 15.)

### **3.3 Sosiaalinen media**

Sosiaalisella medially tarkoitetään median ja internetin kehitysvaihetta, jossa sisällöntuotanto on jakautunut useille eri ihmisille. Sosiaalisen median sivustot ja palvelut ovat monimuotoisia ja vuorovaikutteisia verkkoympäristöjä. Oleellista on, että sivuston tai palvelun sisältö tuotetaan tai vähintäänkin jaetaan yhteisöllisesti. (Kangaspunta 2011, 29.)

Sosiaalisen median sisällön tuottavat ja sitä järjestelevät sen käyttäjät. Palveluntarjoajan tai organisaation tehtävä on tarjota käyttäjille tallennustilan ja välineet yhteisöllisyyteen. (Kangaspunta 2011, 29.)

Sosiaalisen median palvelut voidaan jakaa kahteen päätyyppiin: yhteisöpalveluihin kuten Facebook sekä yhteisöllisyyttä tuottaviin sisällönjako- tai tiedontuotantopalveluihin, kuten YouTube (Kangaspunta 2011, 29).

#### **3.3.1 Facebook**

Facebook on amerikkalainen internetin mainosrahoitteinen yhteisöpalvelu, joka avattiin vuonna 2004. Facebookin perusti sen nykyinen toimituskohtaja Mark Zuckerberg ystäviin. Sen alkuperäinen tarkoitus oli toimia yhteydenpitovälineenä yliopisto-opiskelijoille. Sivuston käyttäjät voivat luoda itselleen kuvallisen käyttäjäprofiilin ja pitää sen kautta yhteyttä ystäviinsä. Facebookissa on myös mahdollista liittyä yhteisöihin ja luoda ryhmiä. (Wikipedia: Facebook, 26.4.2015.)

Facebookilla oli vuoden 2015 ensimmäisen vuosineljänneksen aikana 1,4 miljardia kuukausittain aktiivista käyttäjää. (Statistics Portal, 26.4.2015.)

### **3.4 Keskustelupalsta tai -foorumi**

Keskustelupalsta on verkossa toimiva palvelu, jota käyttämällä voidaan lukea yleensä aiheittain järjestettyä artikkeli-, ilmoitus- tai mielipidekokoelmaa. Käyttäjä voi osallistua kokoelman kartuttamiseen kirjoittamalla palstalle itse. Viestit tallentuvat toinen toisensa perään, joten palstan käyttäjien ei tarvitse keskustella samanaikaisesti. (Kuutti 2006, 93.)

Osa keskustelupalstoista on täysin avoimia. Kuka tahansa voi lukea tällaisen palstan viestejä tai kirjoittaa palstalle. Avoimet foorumit saattavat sallia myös anonyymiuden tai nimi-

merkin takaa kirjoittamisen. Avoimien foorumeiden keskustelu voi olla usein tunnepitoista ja väittelevää sananvapauden sallimisen vuoksi. (Soronen, 2000.)

Keskustelupalsta voi olla myös moderoitu. Tällöin palstan ylläpitäjä valvoo keskustelua ja sääntöjen noudattamista ja voi poistaa epähalutut kommentit. Näin keskusteluun voivat osallistua vain asiallisesti kirjoittavat käyttäjät. (Soronen, 2000.)

### **3.4.1 Keskustelupalstojen merkitys äideille**

Äitiyteen, odotusaikaan ja lapsen saantiin liittyy paljon muutoksia. Odottava tai lapsesta haaveileva nainen kaipaa muiden äitien ja odottajien neuvoja ja kokemuksia. Kun lapsi syntyy ja äitiysloma alkaa, sosiaaliset verkostot vähenevät töiden jäädessä. Vanhoihin ystäviinkään ei välttämättä tule pidettyä yhteyttä, etenkin, jos heillä ei ole lapsia. Pienen lapsen kanssa voi olla vaikeaa lähteä kodin ulkopuolelle, etenkin, jos väsymys painaa. Oma aika käytetään usein leppäämiseen.

Sosiaaliset verkostot ovat tärkeitä jokaiselle äidille riippumatta äidin tai lasten iästä. On helpottavaa tietää, että oma perhe ei ole se ainoa, jossa nukutaan katkonaisia öitä ja jossa lapset kiukuttelevat, kun haalaria puetaan päälle. Kun tietää muillakin olevan joskus vaikeaa, on helpompi pitää itseään tarpeeksi hyvänä äitinä. (Juvakka, 2000, 13.)

Sari Vanhanen-Silvendoin on tutkinut erilaisia äitiryhmiä haastattelemalla niihin kuuluvia jäseniä. Äitiryhmiä löytyy seurakunnista ja neuvoloiden kautta. Niitä ovat perustaneet myös järjestöt, kuten Mannerheimin lastensuojeluliitto. Äitiryhmiä syntyy myös spontaanisti ilman ulkopuolisen järjestäjän tukea, ohjausta tai valvontaa (Vanhanen-Silvendoin, 1996, 227.).

Vaikka Vanhanen-Silvendoinin tutkimus keskittyy fyysisiin äitiryhmiin, jonka jäsenet tapaavat toisiaan säännöllisesti, voidaan tutkimusta soveltaa myös äitiyskeskustelupalstoihin, jotka ovat virtuaalisia äitiryhmiä. Äitiryhmien jäsenet ovat iältään, ammatiltaan ja koulutustaustaltaan hyvin erilaisia naisia. Heistä jokaisella on oma äitiyshistoriansa. Äitiryhmiä voi pitää keskiluokkaisena ilmiönä, jos tarkastellaan niiden jäsenten taustaa. (Vanhanen-Silvendoin, 1996, 230.)

Äitiryhmät perustuvat puhuttuun kulttuuriin. Ryhmien jäsenten välinen vuorovaikutus muokkaa sitä, miten ryhmä toimii. Ryhmille olennaista on tiedonvaihto sekä omien kokemusten ja äitiyteen liittyvän asiantuntijatiedon välinen suhde. Äitiryhmät tarjoavat jäsenille tilaisuuden vertailla omia ja toisten kokemuksia äitinä olosta. Ryhmissä puhutaan äitien

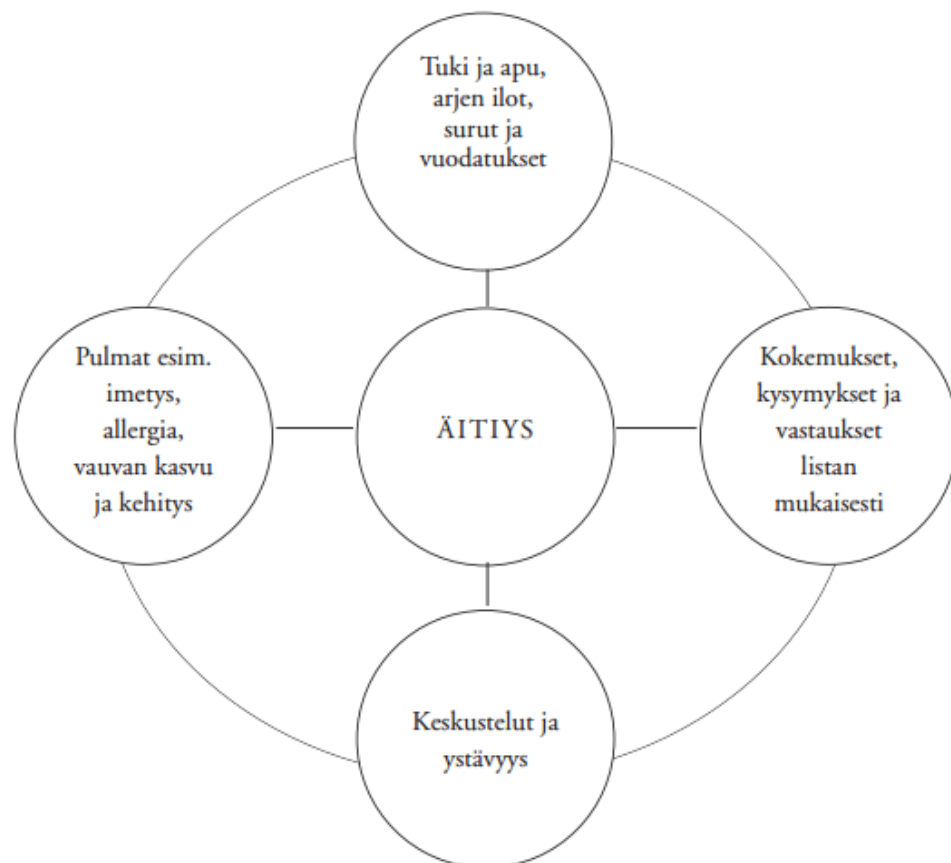


kohtaamista ongelmista, mutta puheenaiheet voivat liittyä myös tavallisiin käytännön tilanteisiin, kuten lasten syömiseen tai sairauksiin. Keskustella voidaan myös laajemmista teemoista, kuten vanhemmuuteen, ihmissuhteisiin ja äitiyteen liittyvistä periaatteista. (Vanhanen-Silvendoin, 1996, 232-233.)

Kuten fyysisetkin äitiryhmät, internetin äitiyskeskustelupalstat voivat olla jonkin valvovan tahon, kuten aikakauslehden tekijöiden, perustamia. Tällaisia ovat esimerkiksi vauva.fi:n ja kaksplus.fi:n keskustelupalstat. Ne toimivat aikakauslehden verkkosivujen alla ja niiden sisältöä moderoidaan. Toisaalta netin äitiyskeskustelupalstat voivat olla spontaanisti syntyneitä, usein yhden tai useamman tavallisen äidin perustamia. Tällaisia ovat esimerkiksi Facebookin äitiryhmät.

Terttu Munnukka ja Irma Kiikkala ovat tutkineet äitien kokemuksia internetin postituslistoista arjen apuna. Postituslistojen käyttö on vähentynyt huomattavasti tutkimuksen ilmestymisvuoden (2001) jälkeen, ja niiden korvaajaksi ovat tulleet keskustelufoorumit ja myöhemmin Facebook ja muut sosiaalisen median sivustot. Munnukan ja Kiikkalan (2001) löydöksiä voidaan silti soveltaa, kun pohditaan keskustelupalstojen merkitystä äideille.

Äidit etsivät samassa elämäntilanteessa olevia äitejä eli vertaisia. He haluavat vaihtaa ajatuksia ja kokemuksia vertaisten kanssa. Äidit kaipaavat apua, tukea ja ymmärrystä. Tärkeitä keskustelunaiheita ovat arkiset asiat, kuten imetys, vauvan hoito ja perheen ongelmat. Monet kaipaavat myös uusia ystäviä tai juttuseuraa, rupattelua. Munnukka ja Kiikkala (2001) kokosivat äitien internetin vertaistuen teemat alla olevaan kaavioon.



Kuvio 1. Äitien vertaistuen teemat Internetin postituslistoilla. (Munukka ja Kiikkala, 2001, 517)

## 4 Yhteisöllisyys keskustelupalstoilla

Jotta keskustelupalsta voi menestyä, on sen jäsenillä oltava tarpeeksi halua osallistua palstan toimintaan ja sen sisällöntuotantoon. Monet lukevat keskustelupalstoja niihin kukaan kirjoittamatta. Jos keskustelupalstalla ei ole lainkaan tai on vain vähän osallistuvia kirjoittajia, se ei voi menestyä. Siksi on tärkeää, että palstalaiset tuntevat yhteenkuuluvuutta toisiinsa ja palstaan. Heistä on muodostuttava toimiva yhteisö.

Tässä luvussa selvitän teorian kautta, miten identiteetti muodostuu verkossa. Lisäksi paneudun erilaisiin verkkoyhteisöihin ja siihen, miten vuorovaikutus niissä tapahtuu. Selvitän myös, miten verkkoyhteisöjen jäsenet eroavat toisistaan ja miten suhteet pääsevät syntymään verkossa toimivien yksilöiden välille.

Teen lukemani teorian perusteella hypoteeseja siitä, mitä ominaisuuksia hyvästä, yhteisöllisestä keskustelupalstasta löytyy. Pyrin erottelemaan joitakin teknisiä ominaisuuksia, joiden arvelen edesauttavan keskustelupalstojen yhteisöllisyyttä ja koukuttavan keskustelijoita palaamaan palstalle yhä uudestaan.

Pohjaan suurimman osan tämän luvun teoriasta kokoelmateokseen *Communities in Cyberspace*, jonka ovat toimittaneet Marc A. Smith sekä Peter Kollock. Teos on ilmestynyt vuonna 1999. Koska internet muuttuu ja kehittyy valtavasti koko ajan, on 16 vuotta sitten ilmestynyt teos jo osittain vanhentunut. Teoksen luvuissa esimerkiksi pohjataan teoriaa keskustelupalstoihin tai postituslistoihin, joita ei enää käytetä. Siitä huolimatta isoa osaa teoksessa esitellyistä tutkimuksista voidaan pitää hyödyllisenä myös vuonna 2015. Vaikka keskustelupalstoja syntyy ja kuolee koko ajan, on niiden perustoiminta samanlaista kuin 16 vuotta sitten ja niitä selittävä tutkimus edelleen paikkansapitävää.

### 4.1 Identiteetti ja sen muodostuminen verkossa

Judith S. Donath on tutkinut yksilöiden identiteetin syntymistä verkossa. Hänen tutkimuksensa keskittyy siihen, miten identiteetti luodaan, kun normaalit persoonasta kertovat vihjeet – ulkonäkö, ikä, ääni – puuttuvat. (Donath 1999, 29.)

Donathin mukaan siinä missä fyysisessä maailmassa identiteettiä kuvastaa ihmisen keho, verkossa identiteetin muodostaa informaatio, jota yksilö itsestään antaa. Jotta verkossa voidaan arvioida tiedon ja sen antajan luotettavuutta, on välttämätöntä tietää jotain hänen persoonastaan. Siksi identiteetistä huolehtiminen on ehdottoman tärkeä edellytys sille, että yhteisö voi ylipäättään muodostua. (Donath 1999, 29.)

Identiteetillä on myös tärkeä rooli, kun halutaan motivoida ihmisiä osallistumaan keskustelupalstan toimintaan. On helppo tajuta, miksi joku kirjoittaa keskustelupalstalle etsiessään ratkaisua ongelmaan. On sen sijaan vaikea ymmärtää, miksi joku käyttää aikaa ja vaivaa viestiin vastaamiseen. (Donath 1999, 31.) Tutkijapari Wellmanin ja Gulian mukaan ihmiset vastaavat verkkoyhteisöissä toisilleen sitä todennäköisemmin, mitä vahvemmin he ovat sitoutuneet yhteisöön. (Wellman & Gulia 1999, 177.)

Tuntemattomille vastaamista on perusteltu myös altruismilla, mutta se ei yksin riitä. Kun joku vastaa tuntemattoman keskustelupalstalle jättämään viestiin, on kyse oman maineen ja identiteetin rakentamisesta: kirjoittaja haluaa tuntea itsensä tarpeelliseksi ja tuntea, että on osa yhteisöä. (Donath 1999, 31.)

Peter Kollock käyttää viesteihin vastaavien, tietoa jakavien keskustelupalstalaisten teoista nimeä lahja. Toisen kirjoittajan kysymyksiin vastaava kirjoittaja tarjoaa apua ja tietoa, eikä odota siitä vastapalvelusta tai taloudellista korvausta. Jopa anonyymeillä palstoilla tarjotaan hämmästyttävän paljon ilmaista apua, usein tuntemattomille, joita ei enää koskaan tavata. (Kollock 1999, 220.)

*Hypoteesi 1. Erilaiset hyvän keskustelijan tunnukset antavat kirjoittajalle palautetta viestistä ja saavat kirjoittajat tuntemaan itsensä tarpeelliseksi ja hyödylliseksi. Hyvän keskustelijan tunnus voi olla esimerkiksi tykkäys-ominaisuus – hyviä viestejä voidaan peukuttaa.*

Yksittäiset postaukset eli viestit kertovat paljon keskustelijasta. Ne antavat kuvan kirjoittajan äänestä ja siitä, miten hän toimii muiden palstalaisten keskuudessa. Kirjoitustyyli voi paljastaa kirjoittajan (Donath 1999, 38–39). Rekisteröitymistä vaativilla keskustelupalstoilla kirjoittajat tunnistavat toisensa nimimerkeistä.

Selkein ja tarkoituksenomaisin identiteetistä kertoja verkkomaailmassa on kuitenkin allekirjoitus. Se on kirjoittajan itse luoma tunnus tai teksti, joka näkyy hänen jokaisen viestinsä perässä – allekirjoitus on ikään kuin elektroninen käyntikortti. Esimerkiksi eräällä äitiyspalstalla kirjoittajien allekirjoituksesta löytyi lapsen laskettu aika. (Donath 1999, 43.)

*Hypoteesi 2. Personoitavat allekirjoitukset rakentavat keskustelupalstalla kirjoittavien identiteettiä ja ovat tärkeitä elementtejä keskustelupalstoilla. Identiteettiä rakentavat myös personoitavat avatarit eli pienet käyttäjäkuvat, jotka jokainen keskustelija voi itselleen asettaa.*

## 4.2 Erilaiset verkkoyhteisöt ja niissä tapahtuva vuorovaikutus

Tutkijat Anita L. Blanchard ja M. Lynne Markus ovat kartoittaneet verkkoyhteisöjen piirteitä. Heidän tutkimuksensa keskittyy kuvaamaan verkkoyhteisöjä tunteiden kautta. Kaksikon mukaan verkkoyhteisöjen vuorovaikutusta edistää se, että niiden jäsenet tuntevat emotionaalista yhteyttä toisiinsa. Tämä yhteisöllisyyden tunne ilmenee erilaisia sosiaalisina prosesseina, joita voivat olla esimerkiksi tuen saaminen ja antaminen. (Eklund & Murmann 2014, 23.)

Blanchardin ja Markusin mukaan verkkoyhteisöjä ylläpitäviä tunteita ovat esimerkiksi jäsenyyden tunne, yhteisöön samaistuminen ja kuuluminen sekä tunne mahdollisuudesta tuen saamiseen ja antamiseen. Oleellista on myös tunne mahdollisuudesta olla molemminpuolisessa vuorovaikutuksessa yhteisön muiden jäsenten kanssa. (Eklund & Murmann 2014, 23.)

Markkinoinnin ja sosiaalisen median professori Robert Kozinetsin mukaan verkkoyhteisön eri jäsenet vuorovaikuttavat yhteisössä erilaisin menetelmin. Vuorovaikutuksen taso riippuu siitä, mitä tavoitteita jäsenellä on ja miten sosiaalinen hän on yhteisössä. Kotzinesin neljä vuorovaikutuksen muotoa ovat *tietoperäinen*, *ihmissuhteellinen*, *ajanvietteellinen* ja *muutokseen tähtäävä* osallistuminen. Luokittelu on yksinkertaistettu, ja yksittäinen jäsen voi vuorovaikuttaa verkkoyhteisössä monin eri tavoin tilanteesta riippuen. (Tervonen 2012, 22.)

Kozinets on jaotellut verkkoyhteisöjä myös niille tunnusomaisen vuorovaikutustyyppin ja niiden toiminnan tavoitteellisuuden perusteella. *Risteileville yhteisöille* ominaista ovat heikot sosiaaliset suhteet ja alhainen tavoitteellinen toiminta. Tällaiset yhteisöt vain tyydyttävät kävijöiden sosiaaliset ja kanssakäymisen tarpeet. *Ihmissuhdeyhteisöissä* jäsenten väliset sosiaaliset suhteet ovat vahvoja ja niitä ylläpidetään. Näissä yhteisöissä jäsenet eivät juurikaan panosta yhteisön pääasialliseen tavoitteeseen. (Tervonen 2012, 23.) Tähän ryhmään kuuluvat esimerkiksi sosiaaliset verkostoitumissivustot, kuten Facebook.

Kozinetsin mukaan yksi verkkoyhteisön tyyppi on *nörttiyhteisö*, joka on olemassa vain tiedon, uutisten tai tarinoiden jakamista varten. Yhteisön sosiaaliset suhteet ovat pinnallisia ja jäsenet vuorovaikuttavat lähinnä tietoperäisesti. Verkkoyhteisö, josta löytyy sekä vahva yhteisöllisyyden tunne että paljon tietoa jäseniä yhdistävästä mielenkiinnon kohteesta, on *rakentava yhteisö*. (Tervonen 2012, 23.)

Tämän jaottelun mukaan aikakauslehdelle, joka haluaa hyötyä verkkosivuillaan toimivasta keskustelupalstasta, ihanteellisinta olisi se, että verkkoyhteisö olisi rakentava yhteisö. Tällöin keskustelupalstalaisten kesken vallitsisi hyvä yhteishenki ja jäsenillä olisi hyvät sosiaaliset suhteet toisiinsa. Hyvät sosiaaliset suhteet edesauttavat palstalla vallitsevaa yhteisöllisyyden tunnetta, kuten Blanchard ja Markus (kts. Eklund & Murmann 2014) ovat osoittaneet. Kun palstalla vallitsee hyvä henki, sen jäsenet palaavat palstalle yhä uudestaan.

Toisaalta rakentavan yhteisön jäsenet tuottavat keskustelupalstalle myös paljon tietoa mielenkiinnon kohteestaan, eli Vauvan tapauksessa äitiyteen ja vauvoihin liittyvistä aiheista. Tämä tieto on erityisen tärkeää internetin äitipalstojen kävijöille. Tieto hyödyttää myös Vauvan toimitusta, joka voi saada palstalta arvokasta tietoa siitä, mitkä ongelmat ja kysymykset äitejä puhututtavat.

### 4.3 Verkkoyhteisöjen erilaiset jäsenet

Kozinets on tutkinut verkkoyhteisöissä toimivien jäsenten käyttäytymistä ja erotellut neljä erilaista jäsenyyttä. Luokittelun tarkoitus on pyrkiä ennustamaan jäsenten käyttäytymistä. Kozinetsin neljä jäsenyyttä ovat keltanokka, seurustelija, kannattaja ja sisäpiiriläinen. (Tervonen, 2012, 24.)

*Keltanokka* on kiinnostunut yhteisön toiminnasta vain hetkellisesti tai pinnallisesti. Hänen sosiaaliset siteensä yhteisöön ovat heikot. *Seurustelijoille* tärkeintä ovat sosiaaliset suhteet ja heillä on vahvoja siteitä monien muiden jäsenten kanssa. Heille ei kuitenkaan ole tärkeää yhteisön tarkoituksenmukainen toiminta, vaan he käsittelevät sitä vain pintapuolisesti. *Kannattajalla* puolestaan on tietoa ja taitoja ja hän on erittäin kiinnostunut yhteisön toiminnasta ja suhtautuu siihen intohimoisesti. Hänelle sosiaaliset suhteet yhteisön muihin jäseniin eivät ole niinkään tärkeitä. *Sisäpiiriläisillä* on sekä vahvoja sosiaalisia suhteita että kiinnostusta yhteisön toimintaa kohtaan. Sisäpiiriläiset ymmärtävät yhteisön toiminnan kiemurat, samaistuvat sen toimintaan ja osaavat toimia yhteisössä taitavasti. (Tervonen, 2012, 24–25.)

Kozinets on erotellut myös neljä lisätyyppiä. Heistä *tirkistelijä* seuraa yhteisöä aktiivisesti lukemalla ja tarkkailemalla sitä, muttei itse osallistu sisällöntuotantoon. Tirkistelijöiden osallistumista on hankala tarkkailla, mutta he jättävät silti jälkensä esimerkiksi sivuston kävijätilastoihin. Tirkistelijöiden vastakohtia ovat *tekijät*, jotka ovat yhteisön ydinhenkilöitä. He rakentavat yhteisöä sekä sen sisällä toimivia sosiaalisia suhteitaan aktiivisesti. *Vuorovaikuttaja* puolestaan lähestyy yhteisöä toisista samankaltaisista yhteisöistä käsin. *Verkkoitujat* pyrkivät rakentamaan suhteita eri yhteisöjen välille. (Tervonen 2012, 25.)

Kozinetsin mukaan roolit eivät ole pysyviä, vaan verkkoyhteisöjen jäsenten osallistumisen taso muuttuu ajan kuluessa. Tirkistelijästä voi siis vähitellen tulla keltanokka. Yhteisön uusi jäsen saattaa keskittyä vain vaihtamaan aiheeseen liittyvää tietoa ja yrittää samalla tuoda esille omaa identiteettiään. Vähitellen verkkoyhteisön kulttuuriset normit kielenkäytöstä yhteisön omiin käytäntöihin tulevat kuitenkin tutummaksi. Tällöin jäsenen paikka yhteisössä selkiintyy. Ajan kuluessa jäsenet tuntevat yhä enemmän yhteenkuuluvuutta yhteisöön ja alkavat sitoutua siihen myös emotionaalisesti. Jäsenyyden kehittymisen kannalta tärkeää on yhteisössä vietetyn ajan määrä sekä se, miten paljon jäsen siellä viestii. (Tervonen, 2012, 20–21, 26.)

Yhteisöllisyyttä voi kehittää siis sillä, että palstalle houkutellaan lisää aktiivisia jäseniä - ja jäsenistä saattaa tulla aktiivisia, kunhan he ensin ovat edes tirkistelijöitä.

*Hypoteesi 3. Hyvällä keskustelupalstalla on käytössä kommenttilaskuri tai muu vastaava. Se kertoo keskustelijoille, miten aktiivinen kukin jäsen palstalla on. Aktiivisimmat keskustelijat ovat kirjoittaneet palstalle paljon viestejä ja he ovat arvostettuja yhteisön jäseniä.*

#### **4.4 Suhteiden syntyminen keskustelupalstoilla**

Tutkijat Barry Wellman ja Miela Gulia ovat tutkineet keskustelupalstojen yhteisöllisyyttä ja sitä, voiko niillä toimivien yksilöiden välille syntyä oikeita ystävyyssuhteita huolimatta siitä, että nämä yksilöt eivät ole koskaan tavanneet toisiaan. (Wellman & Gulia, 1999.)

Virtuaaliyhteisöjen ja "oikean elämän yhteisöjen" välillä on ero. Internetissä on tavallisempaa, että suhteet pohjaavat yhteisten mielenkiintojen varaan. Tosielämässä yhteisöt pohjaavat todennäköisemmin sosiaalisten piirteiden, kuten sukupuolen tai sosioekonomisten ominaisuuksien varaan. (Wellman & Gulia 1999, 186.)

Netissä toimivat ryhmät saattavat olla aihepiiriltään hyvin yksipuolisia ja keskittyä vain tiettyihin, ennalta rajattuihin aiheisiin ja siihen liittyvään tietoon. Tällöin ryhmässä toimivien ihmisten väliset suhteet ovat melko pintapuolisia, olemassa vain tiedonvaihtoa varten. Tieto on kuitenkin vain yksi niistä resursseista, joita netissä jaetaan. Netissä on runsaasti erilaisia tukiryhmiä, joissa jaetaan apua ja kannustusta toisille – tiedon lisäksi. Wellman ja Gulia kirjoittavat, että esimerkiksi vaihdevuosista kärsivät naiset ovat löytäneet vertaistukea verkkoyhteisöistä, joihin kirjoittavilla ihmisillä on samoja ongelmia ja huolia. (Wellman & Gulia 1999, 172.)

Samalla periaatteella toimivat myös internetin äitiysryhmät: niissä jaetaan tietoa, mutta myös tukea, kannustusta ja empatiaa.

Internetissä suhteet ovat usein melko homogeenisiä mielenkiinnonkohteissaan ja asenteissaan. On myös todennäköistä, että verkkoyhteisön jäsenten ikä, etnisyys ja elämäntilanne on suhteellisen sama. Joidenkin nettiyhteisöjen homogeenisuus tukee niille ominaista empaattista ymmärrystä ja jäsenten välistä, molemminpuolista tuen antoa. (Wellman & Gulia 1999, 186.)

On luonnollista, että ihmiset etsivät internetistä tiedon lisäksi myös sosiaalista tukea ja yhteenkuuluvuuden tunnetta. Tunteisiin perustuva tuki, kumppanuus ja yhteenkuuluvuus ovat asioita, joita on helppo jakaa toisille tietokoneen ruudun takaa. Niiden jakaminen ei myöskään yleensä vie juurikaan aikaa eikä ole vaivalloista. (Wellman & Gulia 1999, 173–174.)

Perinteisiin, ei-verkossa toimiviin yhteisöihin liittyy kuitenkin normi siitä, että jos jotain annetaan, siitä on myös maksettava korvaus. Sen vuoksi tutkijoiden on ollut vaikea ymmärtää, miksi ihmiset tukevat toisiaan myös verkon yhteisöissä. Osapuolet eivät ole koskaan tavanneet kasvotusten ja heidän välillään on usein vain heikko side jos sitäkään, eikä avunantoa yleensä korvata. Wellmanin ja Gulian mukaan ihmiset, jotka ovat vahvasti sitoutuneita yhteisöön, auttavat todennäköisemmin muita yhteisön jäseniä. Tiiviissä yhteisöissä tällaisia normeja usein muodostuu. (Wellman & Gulia 1999, 177.)

Internetin yhteisöissä syntyvät suhteet jäävät usein pintapuolisiksi. Verkossa voi kuitenkin muodostua hyvinkin vahvoja suhteita yksilöiden välille. Nettisuhteet vahvistuvat ja tulevat henkilökohtaisemmiksi yleensä ajan myötä. Wellman ja Gulia ovatkin päätyneet tutkimuksessaan siihen, että monet verkossa syntyneet ja vain siellä ylläpidetyt suhteet ovat intimejä "sekundäärisuhteita": epämuodollisia, aktiivisia ja tukea tarjoavia siteitä. Suhteet ovat kuitenkin yleensä olemassa vain tietyllä alustalla, siinä yhteisössä, jossa ne ovat syntyneetkin. (Wellman & Gulia 1999, 178-181.)

On kuitenkin mahdollista – ja kenties yhä tavallisempaa –, että verkkoyhteisöissä ja keskustelupalstoilla syntyneet suhteet syvenevät "tosielämän" ystävyyssuhteiksi. Ensin palstalla keskustelleet ihmiset saattavat vaihtaa sähköpostiosoitteita tai puhelinnumeroita ja keskustella palstan ulkopuolella. Joskus keskustelupalstalla tavanneet päättävät tavata myös kasvotusten, joko useamman henkilön "miiteissä" tai kahden kesken. Netissä saatetaan syntyä koko elämän kestäviä, todellisia ystävyyssuhteita.



*Hypoteesi 4. Yksi tapa lähentää keskustelijoiden suhteita on mahdollisuus jakaa kuvia palstalla. Kuvat tuovat keskustelijan lähemmäs toisia palstalaisia, tekevät hänet tutuksi. Mitä enemmän henkilökohtaista tietoa keskustelupalstalla itsestä kerrotaan, sitä läheisempiä suhteita keskustelijoiden välille voi syntyä.*

#### **4.5 Anonyymius**

On tavallista, että keskustelupalstoille kirjoitetaan nimimerkin takaa. Harva haluaakaan käyttää omaa nimeään. Nimimerkin käyttö mahdollistaa keskustelun vaikeista ja arkaluontoisistakin aiheista, eikä keskustelijan tarvitse pelätä, että hänen oikea henkilöllisyytensä paljastuu. (Donath 1999, 53.)

Puhtaasti anonyymeissa verkkoyhteisöissä ei käytetä edes nimimerkkejä. Tällaisissa yhteisöissä ei ole viestihistoriaa, vaan kirjoittaminen aloitetaan aina puhtaalta pöydältä. Kuka vain voi kirjoittaa mitä vain. (Donath 1999, 53–54.)

Anonyymiudesta online-maailmassa voi olla montaa mieltä. Toisaalta nimettömänä ja nimimerkittömänä esiintyminen antaa kirjoittajille vapauden ja mahdollisuuden kirjoittaa palstalle huolimatta statuksesta tai aiemmista viesteistä – vain tekstillä on väliä. Toisaalta anonyymius on tuomittu anarkiaan johtavana ominaisuutena. (Donath 1999, 53–54.)

Vauvan keskustelupalstalla toimiva Aihe vapaa -palsta perustuu anonyymiuteen. Palstalla ei käytetä nimimerkkejä eikä mitään tunnistetta, vaan sinne voi kirjoittaa rekisteröitymättä. Sen sijaan sivustolla toimiville äitiyspalstoille – tai teemapalstoille – ei voi kirjoittaa ilman rekisteröitymistä, vaikkakin osastoja voi lukea kuka tahansa.

*Hypoteesi 5. Nimimerkkien käyttö on tärkeää, jos tavoitteena on toimiva, yhteisöllinen keskustelupalsta. Nimimerkit erottavat käyttäjät toisistaan ja helpottavat ystävyyksien syntymistä.*

#### **4.6 Verkkoyhteisöjen tekniset ominaisuudet**

Deborah Ng:n kirjoittamassa artikkelissa "What Online Community Managers Can Learn from Successful Discussion Forums" mainitaan joitakin menestyvän keskustelufoorumin piirteitä. Niitä ovat muun muassa jäsenten välinen, molemminpuolinen arvostus, sopiva, aiheessa pysyvä keskustelu, korkea kävijämäärä sekä positiivinen ympäristö. Lisäksi artikkelissa erotellaan esimerkiksi seuraavat tekniset ominaisuudet, joita on kukoistavilla verkkoyhteisöillä:

- Selkeä tervetulopostaus, jossa kerrotaan yhteisön säännöt. Keskustelupalstan etusivulla on hyvä olla pysyvästi ja selkeästi merkittynä yhteisön säännöt ja tietoa siitä, miten palstalla tulee viestiä.
- Tervetulosivu. Parhaat verkkoyhteisöt toivottavat uudet jäsenet tervetulleeksi. Monilla palstoilla on osio, jossa keskustelijat voivat uuden ketjun avaamalla kertoa itsestään ja lukea toisten keskustelijoiden esittelyitä.
- FAQ-sivu eli Usein Kysytyt Kysymykset. Hyvässä yhteisössä on helposti näkyvillä UKK-osio, jossa sivuston ylläpitäjät ovat vastanneet tärkeimpiin, yhteisöä koskeviin kysymyksiin. (Ng 2014, viitattu 5.4.2015)

Andrew Cohenin artikkelissa *Characteristics of Successful Online Communities* painotetaan, että keskustelupalstalaisten välisiä henkilökohtaisia suhteita on tuettava. Tämä voidaan taata esimerkiksi rikkaiden käyttäjäidentiteettien avulla – apuna voivat olla esimerkiksi käyttäjäkuva eli avatar ja mahdollisuus kertoa itsestä jollain tavalla, esimerkiksi allekirjoituksen kautta (hypoteesi 1). On syytä myös harkita, pitäisikö hyviä, aktiivisia keskustelijoita jotenkin palkita. Palkitsemiskeinoja voivat olla erilaiset "kultainen jäsen" -statukset tai hyvien viestien peukutus- eli tykkäysmahdollisuus (Cohen 2008, viitattu 5.4.2015.) Tämän toin esille myös hypoteesissa 2.

Keskustelijoiden välisiä suhteita voidaan tukea myös takaamalla, että keskustelijat voivat jakaa palstalla henkilökohtaistakin tietoa itsestään. Nimimerkkien suojista on helppo kirjoittaa intiimeistäkin asioista. Nykyään kuitenkin yhä useampi haluaa jakaa keskusteluryhmissä myös kuvia, mikä johtunee kuvien jakamisen yleistymisestä erilaisissa sosiaalisen median palveluissa. Kuvat itsestä tuovat keskustelijat lähemmäs toisiaan (hypoteesi 4.)

Donathin mukaan kirjoittajan maine kasvaa, kun hän tuottaa yhteisölle hyödyllistä tietoa (Donath 2000, 31). Keskustelupalstalaisten on päästävä rakentamaan omaa persoonansa ja keräämään itselleen "hyvän keskustelijan" mainetta. Siksi on tärkeää, että keskustelupalstan tekniset ominaisuudet edesauttavat identiteettien rakentumista. Selkein identiteetin tunnuksia keskustelupalstoilla ovat nimimerkit (hypoteesi 5). koska niistä keskustelijat voivat tunnistaa toinen toisensa.

Hyvä yksittäisen keskustelijan maineesta kertova viestin on myös nimimerkin alla näkyvä kommenttilaskuri (hypoteesi 3). Se kertoo siitä, kuinka aktiivinen kirjoittaja palstalla on. Mitä korkeampi luku, sitä tunnetumpi kirjoittaja yleensä on muiden palstalaisten keskuudessa ja sitä enemmän häntä kenties arvostetaan. Tosin aktiivisuus ei aina tarkoita sitä, että kirjoittajan viestien sisältö on hyvää ja rakentavaa.

## 5 Tutkimusmenetelmät

Tässä luvussa esittelen opinnäytetyössä käyttämäni tutkimusmenetelmät. Niitä ovat keskustelupalstojen havainnointi ja analysointi sekä vauva.fi -sivuston keskustelupalstojen kävijöille teetetty kysely.

### 5.1 Keskustelupalstojen ja -ryhmien havainnointi ja analysointi

Havainnoin opinnäytetyötäni varten internetin erilaisia äitiyttä ja vauvoja käsitteleviä keskusteluryhmiä ja -palstoja. Pyrin selvittämään, millälaisia vanhemmuus- ja äitiyskeskusteluja verkosta löytyy ja miten aktiivisia ne ovat. Tutkin, millaisia ominaisuuksia keskustelupalstoihin ja -ryhmiin liittyy, ja miten nämä ominaisuudet palvelevat ryhmien muodostumista ja yhteisöllisyyttä. Kiinnitän huomiota ryhmissä vallitsevaan ryhmähenkeen sekä sivustojen teknisiin ominaisuuksiin.

Tarkastelen luvussa 4 esittämieni "hyvän keskustelupalstan merkki" -hypoteesien toteutumista tutkimillani sivuilla.

Havainnointini tarkoituksena on selvittää, millaisia kilpailijoita vauva.fi:n teemakeskustelupalstoilla on. Koska vauva.fi:n keskustelupalstoja halutaan kehittää ja niille halutaan lisää kävijöitä, on tärkeää selvittää, millaisia muita keskusteluja internetistä löytyy. Tarkoitus on paikantaa näiden muiden keskusteluiden parhaita puolia. Tutkimus siis paikantaa uusia keinoja ja ominaisuuksia, jotka voidaan ottaa käyttöön myös vauva.fi:ssä.

Koska kohderyhmä on äitiyden teemakeskustelut, on tärkeää selvittää, millaisia ominaisuuksia keskustelijat arvostavat juuri vanhemmuudesta keskustellessaan. Onko keskustelijoille tärkeätä esimerkiksi anonymiteetti, mahdollisuus muodostaa omia ryhmiä, personoida omaa käyttäjätiliä, tallettaa omia keskusteluja tai käyttää hashtageja? Haluavatko keskustelijat jakaa kuvia tai käyttää hymiöitä teksteissään?

Valitsin havainnoitaviksi verkkosivuikseni erilaisia keskusteluryhmiä ja -palstoja. Havainnoin yhteensä kymmentä eri palstaa:

- Kolmea suomalaista äitiyskeskustelupalstaa
- Kahta Facebookin suomalaista äitiryhmää
- Kahta ulkomaista äitiyskeskustelupalstaa

Kolme tutkimaani äitiyskeskustelupalstaa ovat kaksplus.fi:n keskustelupalsta, vau.fi:n keskustelupalsta sekä vauva.info:n keskustelupalsta. Valitsin ne, koska keskustelufoorumit ovat suunnattu samalle kohderyhmälle kuin vauva.fi:n keskustelut.

Facebookin lukuisista äitiryhmistä valitsin tutkittavakseni Vauva 2015 -ryhmän ja Imetyksen tuki -ryhmän. Näistä Imetyksen tuki on Imetyksen tuki ry:n ylläpitämä ryhmä, Vauva 2015 on "tavallisten" äitien perustamia. On tärkeää ottaa mukaan Facebookissa toimivia ryhmiä, sillä ne ovat nykyään erittäin suosittuja.

Tutkin Vauvan toimituspäällikkö Ruohosen pyynnöstä pintapuolisesti myös ulkomaisia äitiyskeskustelupalstoja. Silmäilen brittiläistä mumsnet.com -keskustelupalstaa sekä amerikkalaista thebump.com -keskustelupalstaa.

Tutkin näitä keskustelufoorumeita aikavälillä 1.4.2015–26.4.2015. Koska tutkittavia palstoja on paljon, keskityn havainnoinnissani vain seikkoihin, jotka ovat opinnäytetyön tarkoituksen kannalta tärkeimpiä ja jotka palvelevat parhaiten vauva.fi:n uudistusta.

## **5.2 Kysely**

Teetin vauva.fi:n keskustelupalstojen kävijöille kyselyn, jossa pyrin selvittämään kävijöiden mielipiteitä, mieltymyksiä ja toiveita keskustelupalstojen suhteen. Kyselyn avulla pyrin selvittämään, millaista väkeä palstalla käy, mitä (teknisiä) ominaisuuksia he sivustolta toivovat ja miten he haluaisivat Vauva-lehden ja sen toimituksen olevan mukana keskusteluissa. Kysely tehtiin Digium-palvelun avulla.

Vauva-lehden toimitus halusi samalla kysyä keskustelijoilta kysymyksiä, jotka eivät sinänsä liity opinnäytetyöhöni. Tämän vuoksi kyselyssä on paljon kysymyksiä, mutta näistä vain osa on yhteydessä tähän työhön. En esittelyssä työssäni kysymyksiä ja vastauksia, jotka on tarkoitettu vain Vauvan toimituksen nähtäväksi.

Kysely julkaistiin sekä vauva.fi:n äitiyskeskustelupalstoilla että Aihe vapaa -palstalla. Koska Av-palsta on ehdottomasti palstoista suosituin, suurin osa vastauksista tuli sen kävijöiltä, joista osa ei ole Vauva-lehden kohderyhmää. Otan tämän huomioon analysoidessani kyselyn tuloksia.

Taustatietoina kävijältä kysyttiin:

– Onko hän mies vai nainen

- Minkä ikäinen hän on
- Minkä ikäinen hänen nuorin lapsensa on
- Millä laitteella hän useimmiten käyttää vauva.fi:n sivustoa

Näiden kysymysten on tarkoitus kartoittaa sitä, millaista väkeä palstalla käy. Digium-palvelu mahdollistaa sen, että vastauksista näkee esimerkiksi, vastaavatko alle 20-vuotiaat kysymyksiin eri tavalla kuin 20–29-vuotiaat. On myös mielenkiintoista selvittää, käykö palstalla lainkaan miehiä. Lisäksi on tärkeää tietää, kuinka moni vastaaja käyttää vauva.fi:tä tabletilla tai kännykällä – se kertoo siitä, miten tärkeää on, että sivusto on mobiiliin sopiva.

Seuraavilla kysymyksillä kartoitettiin sitä, miksi vastaaja käy vauva.fi:n palstoilla. Lisäksi selvitettiin, mitkä keskustelupalstan osastot ovat suosituimpia ja siten sain tietää, mistä aiheista palstalla halutaan eniten keskustella:

- Mikä on suosikkiosastosi vauva.fi:n keskusteluissa? (valmiit vaihtoehdot + jokin muu, mikä)
- Miksi käyt vauva.fi:n keskusteluissa? Voit valita monta. (valmiit vaihtoehdot + jokin muu, mikä)

Seuraavalla kysymyksellä selvitettiin, mitä teknisiä ominaisuuksia kävijä arvostaa keskustelupalstalla. Listatut ominaisuudet olivat: kuvien liittäminen viesteihin, emoji, profiilikuva, allekirjoitus, kommenttilaskuri, yksityisviestit muille käyttäjille, omien viestien tallentaminen, omien suljettujen ryhmien luominen sekä hashtagien käyttö. Lisäksi kysyttiin, haluaako kävijä mahdollisuuden nostaa hyviä kommentteja tai mahdollisuuden peukuttaa kommentteja. Viimeiseksi kysyttiin, haluaako kävijä lisää Vauva-lehden järjestämiä kilpailuja ja lisää Vauva-lehden toimituksen osallistumista palstalla.

- Miten hyödyllisenä pidät netin keskustelupalstoilla seuraavia ominaisuuksia. 0 = ei yhtään hyödyllinen, 4 = tämä pitää saada! (vastataan asteikolla nollasta neljään)

Kävijöiltä kysyttiin myös, haluaisivatko he keskustella palstalla asiantuntijoiden kanssa - Vauvan toimituksessa on pohdittu, olisiko tällainen "palvelu" mieleinen keskustelijoille. Lisäksi kysyttiin, mitä kävijä ajattelee siitä, jos Vauva-lehden toimittaja tulee mukaan keskusteluun. Tällä kysymyksellä saatiin selville, kuinka moni vastaaja on halukas osallistumaan Vauva-lehden tekoon keskustelupalstalla.

- Kiinnostaako sinua, jos Vauva-lehti hankkii keskusteluihin vastaamaan jonkin asiantuntijan: esimerkiksi vauvojen unineuvojan, imetysneuvojan, lastenlääkärin tai kätilön? (kyllä/ei/en osaa sanoa)
- Mitä ajattelet, jos Vauva-lehden toimittaja kysyy palstalla jotain keskustelijoilta? (valmiit vaihtoehdot)

## 6 Internetin äitiyskeskustelupalstat

Tässä luvussa esittelen tutkimani keskustelupalstat: millaisia ne ovat ja mitä havaintoja tein. Olen jakanut tutkimani keskustelupalstat kolmeen ryhmään: suomalaisiin äitiyskeskustelupalstoihin, ulkomaisiin äitiyskeskustelupalstoihin sekä Facebookin äitiryhmiin.

### 6.1 Äitiyskeskustelupalstat: Kaksplus.fi, vau.fi ja vauva.info

Tutkin kolmea erilaista, eri sivustoilla toimivaa äitiyskeskustelupalstaa. Tarkoitus on selvittää, millaisia keskustelupalstoja ovat vauva.fi:n palstojen tärkeimmät kilpailijat Suomessa.

#### 6.1.1 Kaksplus.fi

Kaksplus.fi on Kaksplus-lehden verkkosivusto. Kaksplus on Otavamedian julkaisema aikakauslehti, joka on suunnattu odottajille sekä vauvan tai pienten lasten äideille (Otavamedia 2015). Kaksplus.fi:n viikkotavoittavuusluku on TNS Metrixin mukaan 363 000 ja se on Suomen web-sivustojen viikkolukuja mitattaessa sijalla 21, kun vauva.fi on sijalla 14 ja sen viikkotavoittavuusluku on 518 000 (TNS Metrix 14/2015). Kaksplus.fi on vauva.fi:n lähin kilpailija.

Kaksplus.fi:n keskustelufoorumin aloitusnäky on lista foorumin osastoista. Lisäksi etunäkymässä on itsestään skrollautuva "Päivän kuumimmat keskustelut" -laatikko, jossa pyörivät päivän aktiivisimpien keskustelujen otsikot. Aloitusnäkyman ylälaudassa on tärkeitä linkkejä, kuten "Ohjeet", "Blogit", "Kerhot" sekä "Hae keskusteluista".

Kerhot ovat pienempiä yhteisöjä kaksplus.fi:n yhteisön sisällä. Suurin osa niistä on suljettuja. Keskustelija voi liittyä avoimeen kerhoon tai anoa liittymistä suljettuun kerhoon. Kerhot ovat eräänlaisia eksklusiivisia keskustelualueita, mutta viimeisten viestien ajankohdasta päätellen ne eivät ole aktiivisia. Sivusto onkin tiedottanut, että sivuston toiminnallisuuksiin on luvassa uudistus ja kerhotoimintaa parannetaan tulevaisuudessa. (Kaksplus.fi 2015)

| Kerhon nimi  | Jäseniä / Keskustelut                              | Viimeisin viesti |
|--|--|------------------|
|  <b>Lapsettomuushoidoilla pikkukakkonen? &lt;3</b><br>Alue: Lapsen saaminen         | Jäseniä: 50<br>Keskustelut: 3<br>Viestejä: 2 268   | 23.04.14         |
|  <b>Nobody</b><br>Alue: Vapaa-aika  | Jäseniä: 13<br>Keskustelut: 11<br>Viestejä: 23 492 | 09.12.12         |
|  <b>Pidempään IVF/ICSI-hoitoja läpikäyneet lapsettomat</b><br>Alue: Lapsen saaminen | Jäseniä: 18<br>Keskustelut: 2<br>Viestejä: 543     | 20.02.14         |

Kuva 1. Kaksplus.fi:n Kerho-osion näkymä. Luettu: 12.4.2015.

Keskustelupalstalla on kaksi osastoa, joilla voi keskustella ilman rekisteröitymistä: Mitäs nyt? sekä Ruokavinkit. Muut osastot vaativat rekisteröitymisen. Keskustelupalstalla on 10 eri kategorialla, jotka ovat Plussalaiset, Lapsen saaminen, Lapsi kasvaa, Terveys, Tunteet ja ihmissuhteet, Perhe ja koti, Vapaa-aika, Uusia ystäviä, Lapsen kuvaaminen sekä Testiryhmät. Kategoriat on edelleen jaettu alaosastoihin. Esimerkiksi Plussalaiset-kategorian alta löytyvät eri-ikäisille äideille suunnatut osastot ("Äidit alle 20v", Äidit 20-30v" jne.).

Jokaisen alaosaston kohdalla on tieto siitä, mille osaston keskusteluketjuista on viimeiseksi joku kävijöistä kirjoittanut, kuka kirjoituksen on tehnyt ja mihin aikaan.

| Plussalaiset   | Ketjut / Viestit  | Viimeisin viesti  |
|--|---|---|
|  <b>Mitäs nyt?</b>                  |  Ketjuja:<br><b>1 480 864</b><br>Viestejä:<br><b>20 003 582</b> | Mistä suuria äitiyshousuja? <br>tittariina<br>Tänään 13:38 |
|  <b>Plussalaisten kokoontumiset</b> |  Ketjuja:<br><b>1 418</b><br>Viestejä:<br><b>25 057</b>         | Rv 5+ ja esikoinen <br><b>Lapseton87</b><br>09.04.15 08:25 |
|  <b>Äidit alle 20v</b>              |  Ketjuja:<br><b>1 117</b><br>Viestejä:<br><b>14 228</b>         | Linkitä blogisi! <br><b>Milz</b><br>09.03.15 22:48         |

Kuva 2. Kaksplus.fi:n keskustelupalstan etusivun näkymää. Luettu: 12.4.2015.

Suosituin alaosasto on Plussalaiset-kategorian Mitäs nyt? -osasto (20 003 582 viestiä 12.4.2015), mutta kyseiselle osastolle voi kirjoittaa rekisteröitymättä. Rekisteröitymistä vaativista osastoista suosituin lienee Lapsen saaminen, jonka alaosastoista suosittuja ovat esimerkiksi Vauvakuume (509 745 viestiä 12.4.2015) ja Odotusaika (754 476 viestiä 12.4.2015). Toinen suosittu osasto on Lapsi kasvaa, jonka alaosastoista suosituimmat



ovat Vauvat 0–12kk (273 395 viestiä 12.4.2015) ja Taaperot 1–2v (128 543 viestiä 12.4.2015).

Eri-ikäisille äideille suunnatuista osastoista suosituin on Äidit 20–30v. Suurin osa keskustelupalstalla käyvistä äideistä on siis sen ikäisiä.

Äitiyskeskustelupalstoille tyypilliset, samaan aikaan vauvan saaneiden keskustelijoiden keskusteluketjut löytyvät kaksplus.fi:ssä esimerkiksi Vauvat 0–12kk -osastolta. Erilaiset "Helmivauvat 2015" - ja "Lokakuun lutuset 2014" -keskusteluketjut ovat erittäin aktiivisia.

**Foorumi: Vauvat 0-12kk**

| Otsikko / Ketjun aloittaja  | Vastauksia / Luettu               | Viimeisin viesti ▾                    |
|---|-----------------------------------|---------------------------------------|
|   Nosto: Tietoa vauvan kehityksestä<br>Aloittaja admin, 08.11.13 14:56  | Vastauksia: 0<br>Luettu: 17 815   | <b>admin</b><br>08.11.13, 14:56 ➡     |
|   Helmivauvat 2015<br>Aloittaja Sadana, 17.02.15 13:42 <span>1</span> <span>2</span> <span>3</span> ... <span>5</span>              | Vastauksia: 105<br>Luettu: 13 186 | <b>mukipukipuu</b><br>Tänään, 07:55 ➡ |
|   "Lokakuun lutuset 2014"<br>Aloittaja malttamaton, 29.10.14 08:18 <span>1</span> <span>2</span> <span>3</span> ... <span>30</span> | Vastauksia: 736<br>Luettu: 65 941 | <b>bosch</b><br>Eilen, 18:29 ➡        |
|   Millaisia on teidän 6kk vauvat<br>Aloittaja Labran täti, 05.04.12 23:45   | Vastauksia: 8<br>Luettu: 4 580    | <b>lintsi</b><br>10.04.15, 11:44 ➡    |
|   Marraskuun Mussukat 2014<br>Aloittaja Wc Anka, 16.11.14 21:31 <span>1</span> <span>2</span> <span>3</span> ... <span>6</span> | Vastauksia: 132<br>Luettu: 19 295 | <b>Zarita</b><br>08.04.15, 14:44 ➡    |

Kuva 3. Kaksplus.fi:n Vauvat 0-12kk -osaston näkymä. Luettu: 12.4.2015.

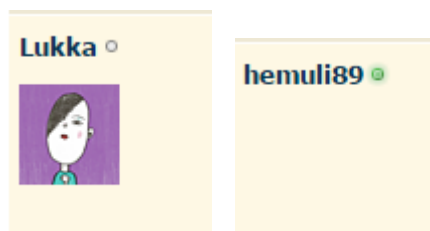
Erittäin aktiivisia ovat myös Vauvakuume-osaston keskusteluketjut. Myös tällä osastolla keskustelijat ovat jakautuneet ryhmiin sen mukaan, mikä heille on yhteistä – ikä tai vauvanodotuksen vaihe, jota he parhaillaan elävät.

**Foorumi: Vauvakuume**

| Otsikko / Ketjun aloittaja  | Vastauksia / Luettu                   | Viimeisin viesti ▾                     |
|---|---------------------------------------|--|
|   Nuoret vauvakuumeilijat<br>Aloittaja Nette, Tänään 15:24  | Vastauksia: 5<br>Luettu: 65           | <b>Nette</b><br>Tänään, 20:09 ➡        |
|   Vauva vuodelle 2016 <3<br>Aloittaja MooiMama, 06.04.15 22:36 1 2 3 ... 4  | Vastauksia: 81<br>Luettu: 2 715       | <b>Piitu85</b><br>Tänään, 20:09 ➡      |
|   Keskenmenon jälkeen kuumeilevat KEVÄT 2015<br>Aloittaja Equus, 08.04.15 09:16   | Vastauksia: 19<br>Luettu: 451         | <b>laabla</b><br>Tänään, 20:05 ➡       |
|   Häätähousuiset Himotestaajat ja Piinailijat Vol.3<br>Aloittaja mymosa, 26.03.14 21:08 1 2 3 ... 503  | Vastauksia: 12 569<br>Luettu: 767 980 | <b>Spukka</b><br>Tänään, 20:01 ➡       |
|   40+ so what wol.13<br>Aloittaja Morticia, 22.09.12 08:43 1 2 3 ... 314                               | Vastauksia: 7 838<br>Luettu: 524 495  | <b>kalabaliikki</b><br>Tänään, 19:37 ➡ |

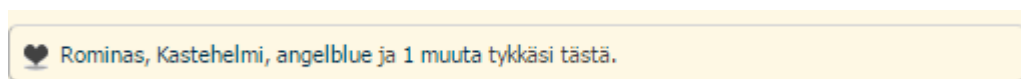
Kuva 4. Kaksplus.fi:n Vauvakuume-osaston näkymä. Luettu: 12.4.2015.

Kaksplus.fi:n keskustelupalstan käyttäjät kirjoittavat nimimerkillä. Nimimerkin perässä on pieni pallo, joka on vihreä, jos käyttäjä on parhaillaan palstalla paikalla. Käyttäjät voivat asettaa itselleen avatarin eli henkilökohtaisen käyttäjäkuvan, joka näkyy nimimerkin alla, mutta kovinkaan moni keskustelija ei tunnu käyttävän tätä ominaisuutta hyväkseen. Muita käyttäjät toisistaan erottavia ominaisuuksia palstalla ei ole.



Kuva 5. Kaksplus.fi:n käyttäjien profiilinäkymä. Luettu: 12.4.2015.

Palstalaisilla on mahdollisuus tykätä toistensa viesteistä. Ensimmäisten tykkääjien nimi-merkki näkyy viestin perässä:



Kuva 6. Kaksplus.fi:n keskustelupalstan tykkäys-näkymä. Luettu: 12.4.2015.

### 6.1.2 Vau.fi

Vau.fi on palvelu, jota julkaisee norjalainen lastenkirjakustantaja Sandviks. Sivustolla julkaistaan vauvoihin, raskauteen, lapsensaantiin ja perhe-elämään liittyviä artikkeleita. Lisäksi sivustolla on testejä, raskauslaskureita, blogeja sekä keskustelupalsta.

Sandviksillä on Suomessa kirjakerho Vaukirja, minkä lisäksi Sandviks julkaisee oppaita pienten lasten vanhemmille. Vau.fi:llä on oma toimitus. Lisäksi sillä on kumppaneita, kuten Felicitas-Klinikka, Mehiläinen sekä Yliopiston Apteekki, jotka julkaisevat sisältöä sivustolla. Toimitukseen kuuluu päätoimittaja, toimittaja sekä ylläpitäjä. (Vau.fi 2015.)

Vau.fi:n keskustelupalstalla on 11 491 keskustelua ja sinne on kirjoitettu 837 147 viestiä. Käyttäjiä palstalla on 22 096. (Vau.fi 12.4.2015.) TNS Metrixin mukaan vau.fi:n viikkotaivoittavuusluku oli 27 900 viikolla 14 (TNS Metrix 14/2015).

Vau.fi:n keskustelupalstan etuaukeaman ylälaidasta löytyy suurehkolla fontilla mainos: "Etkö ole vielä jäsen? Liity foorumille nyt! Liittyminen on ilmaista ja vie vain 1 minuutin!" Sivusto yrittää houkutella palstalle uusia kirjoittajia näkyvästi ja heti kättelyssä. Lisäksi foorumin ylälaidasta löytyy linkkejä otsikoilla "Vaihda nimimerkki!", "Näin pääset alkuun/apua!", "VAUfoorumin sovellus puhelimeen!" sekä "Top 100". Linkit kertovat oleellista tietoa palstasta, ja tällaiset asiat onkin hyvä nostaa näkyviin heti keskustelupalstan etusivun ylälaitaan. Lisäksi etuaukeamalla on myös tieto paikalla olevista käyttäjistä.



Kuva 7. Vau.fi:n keskustelupalstan aloitusnäkymä. Luettu: 12.4.2015.

Vau.fi:n foorumin etuaukeamalla on tieto siitä, mihin keskusteluketjuun on viimeksi kirjoitettu, ja kuka viestin on lähettänyt ja mihin aikaan. Tällainen tieto on hyödyllinen muille keskustelijoille, sillä he näkevät, mitkä ketjut ovat aktiivisia ja onko kenties joku tuttu keskustelija juuri vastannut viestiin.

Vau.fi:n keskustelupalsta on jaettu viiteen kategoriaan, jotka ovat: Yleistä keskustelua, Odottajat, Vauva- ja lapsiaiheiset keskustelut, Henkilökohtaiset päiväkirjat sekä Kirpputori.

Nämä osiot on edelleen jaettu alakategorioihin. Esimerkiksi Yleistä keskustelua - kategorian alla toimivat osiot ovat "Mitä mielessä? Sana on vapaa", "Potuttaa! Jurppii! Pännii!", "Jäsenten esittelyosio", "Kilpailut" sekä "Informaatio ja palaute". Alaosiota klikkaamalla aukeaa lista varsinaisten keskusteluketjujen otsikoista.

Osa vau.fi:n keskusteluista on porrastettu vielä pidemmälle. Odottajat-kategorian alaosiot on suunnattu raskaana oleville tai raskaana olleille. Alaosiot on nimetty sen mukaan, milloin keskustelijoiden laskettu aika on tai on ollut: "Laskettu aika 2015", "Laskettu aika 2014" jne. Jokaisen vuoden keskustelut on jaettu vielä omiin kuukausiinsa ("Laskettu aika tammikuussa 2015"). Kuukausikeskusteluiden takaa löytyy lista varsinaisista keskusteluketjuista.

"Laskettu aika" -keskustelut näyttävät olevan suosittuja. Esimerkiksi Laskettu aika 2015 -osiossa toimii 979 keskustelua, joihin on kirjoitettu 142 120 viestiä. (Vau.fi 12.4.2015) Laskettu aika X -osoiden alla keskustellaan perhe-elämään liittyvistä asioista samaan aikaan vauvan saaneiden kanssa; keskustelijat hakevat siis vertaistensa tukea ja mielipiteitä. Esimerkiksi Laskettu aika helmikuussa 2015 -keskustelun alta löytyy otsikoita kuten "Ristiäiset/Nimiäiset" (keskustelua nimensaantitilaisuuteen liittyvistä perinteistä ja tavoista) tai "Synnytyksen jälkeiset oireet" (yksityiskohtaista keskustelua sekä fyysisistä että henkistä oireista).

Laskettu aika -osion alta löytyy ylläpitoon kuuluvan keskustelijan viesti: "Tammikuisilla 2015 on nyt oma salainen ryhmä! Lue täältä, kuinka pääset ryhmään mukaan!" Viestissä kerrotaan, että vain aktiivisilla käyttäjillä on pääsy salaiseen ryhmään. Salaiseen ryhmään pääsee, kun on kirjoittanut ensin omassa lasketun ajan ryhmässään 30 viestiä ja ollut vau.fi:n foorumin jäsen yli kuukauden ajan. Ylläpito kertoo, että ryhmässä voi keskustella "yksityisesti ilman pelkoa, että viestejasi lainattaisiin juttuihin" (Vau.fi 2015).

Suosittuja keskustelualueita ovat myös Vauva- ja lapsiaiheiset keskustelut -kategorian alla toimivat Vauvakuumetta- sekä Raskaana-osiot. Vauvakuumetta-osion alla toimii 416 keskustelua joille on kirjoitettu 80 286 viestiä. Raskaana-osion alla puolestaan toimii 1 119 keskustelua joille on kirjoitettu 26 930 viestiä. (Vau.fi 12.4.2015.)









Vauvakuumetta-osion alla toimiva Kuumeiluklubit-osio näyttää olevan suosittu, sillä vaikka osiolla toimii vain 48 keskustelua, on sille kirjoitettu 75 994 viestiä (Vau.fi 12.4.2015). Verrattuna saman osion alla toimivassa Yleistä keskustelua vauvakuumeesta-osiossa on 347 keskustelua, mutta vain 4 112 viestiä. (Vau.fi 12.4.2015.)

### Kuumeiluklubit

Onko kuume juuri iskenyt, vai oletteko yrittäneet jo pidempään? Keskustele samassa tilanteessa olevien kanssa. Vertaistuki paras tuki.

[Vaihda nimimerkki!](#) | [Näin pääset alkuun/apua!](#) | [VAUfoorumin sovellus puhelimeen!](#) | [Top 100](#)

Page 1 of 3 [1](#) [2](#) [3](#) [Seuraava >](#)

| Otsikko   | Aloituspäivämäärä   | Vastauksia                              | Katsottu                             | Viimeisin viesti ↓ |
|---|---|---|--------------------------------------|--------------------|
|  <b>Raskaaksi 2015</b><br>DarkMimosa, 23 marras 2014                         |  x 4 | Vastauksia: 12,674<br>Katsottu: 381,543 | Azalea<br>Hetki sitten               |                    |
|  <b>Esikoinen toiveissa</b><br>Sarina1, 20 marras 2014                       |   | Vastauksia: 1,842<br>Katsottu: 39,380   | sabetti<br>37 minuuttia sitten       |                    |
|  <b>Kolmosta kaipaavat kuumeilijat</b><br>supernova, 10 marras 2011          |   | Vastauksia: 742<br>Katsottu: 15,179     | 1820<br>Eilen klo: 21:55             |                    |
|  <b>42v. esikoista yritetään</b><br>Tähti-73, 4 helmi 2015                   |   | Vastauksia: 35<br>Katsottu: 1,294       | Rosann<br>Perjantaina klo: 19:06     |                    |
|  <b>Yli kolmekymppiset ensimmäistä kuumeilevat</b><br>Satsa, 27 kesä 2014    |   | Vastauksia: 135<br>Katsottu: 4,656      | TK<br>Keskiyöllä klo: 17:33          |                    |
|  <b>Koska testasit, mikä oli tulos?</b><br>Haiidi93, Maanantaina klo: 16:22 |   | Vastauksia: 2<br>Katsottu: 67           | Toffee<br>Keskiyöllä klo: 15:33      |                    |
|  <b>Toinen haaveissa &lt;3</b><br>Kirppunen, 25 syys 2013                  |   | Vastauksia: 338<br>Katsottu: 8,003      | Meritähti90<br>Keskiyöllä klo: 10:20 |                    |

Kuva 8. Vau.fi-keskustelupalstan Vauvakuumetta-osion Kuumeiluklubit-alaosion otsikonäkymä. Luettu: 12.4.2015.

Sen sijaan Henkilökohtaiset päiväkirjat- sekä Kirpputori-kategoriat eivät näytä olevan kovinkaan suosittuja.

Vau.fi:ssä keskustellaan nimimerkillä. Keskustelijat voivat asettaa itselleen avatarin. Keskustelijat voivat myös lisätä näkyviin tunnisteiden, joka kertoo, mihin foorumin ryhmiin he kuuluvat – esimerkiksi "Syyskuunmamat 2015". Vau.fi tarjoaa siis paljon keinoja, joilla keskustelija voi personoida oman profiilinsa. Keinojen avulla keskustelijat on helppo erottaa toisistaan ja melkein jokainen vau.fi:n keskustelija näyttää käyttävän näitä keinoja hyväkseen.

Lisäksi jokaisella keskustelijalla on avatarin yläpuolella tähtiä yhdestä viiteen sen mukaan, miten aktiivinen keskustelija palstalla on. Aktiivisuudesta kertoo myös nimimerkin alapuolella oleva kuvaus. Erilaisia kuvauksia ovat esimerkiksi "Aloittelija", "Peruskäyttäjä", "Tuttu foorumilla" sekä "Naimisissa foorumin kanssa". Tällaiset aktiivisuudesta kertovat tunnuk-

set ovat hyvä keino saada keskustelijat aktiiviseksi: on koukuttavaa seurata, miten oma tähtien määrä nousee ja on palkitsevaa siirtyä Aloittelijasta eteenpäin Tutuksi käyttäjäksi.



Kuva 9. Vau.fi-keskustelupalstan käyttäjien profiilinäkymiä.

Vau.fi:n keskustelupalstalla voi käyttää myös pieniä emojetteja eli hymiöitä. Lisäksi viesteistä voi tykätä (jos on rekisteröitynyt palstalle). Tykkäys-ominaisuus on käytössä vaihtelevasti: joidenkin keskusteluketjujen viestien perässä ei ole tykkäyksiä lainkaan, toisissa ketjuissa joka viesteillä on tykkäyksiä.

### 6.1.3 Vauva.info

Vauva.info on vuonna 2008 perustettu vauva-, lapsi- ja perheaiheinen verkkoyhteisö. Se on naimisiin.info -sivuston sisärsivusto. Sivusto toimii itsenäisesti. Naimisiin.infon ja vauva.infon omistaa Centauri Media. (Vauva.info 2015.)

Vauva.infon keskustelupalstalla on 8 778 jäsentä ja yhteensä 1 352 703 viestiä (Vauva.info 12.4.2015). Käyttäjää on siis vähän verrattuna vau.fi:n käyttäjämäärään, mutta viestejä vauva.infoon on kirjoitettu paljon.

Vauva.infon keskustelupalsta on hyvin samankaltainen kuin vau.fi:n palsta. Se on jaettu ensin neljään yläkategoriaan, joita ovat Yleiset vauva- ja lapsiaiheiset keskustelut, Päiväkirjat ja muut vain jäsenille avoinna olevat osastot, Lastentarvikekirppis sekä Ilmoitukset, kysymykset ja ohjeet. Kategoriat on jaettu alaosioiden, joita klikkaamalla pääsee varsinaiseen keskusteluketjujen otsikkonäkymään.

Vauva.infon keskustelupalstan etunäkymästä löytyy keskustelukategorioiden lisäksi myös "Viimeisimmät aiheet" -kohta, joka kertoo, mihin keskusteluihin on viimeksi kirjoitettu ja kuka käyttäjä viestin on lähettänyt. Kuten vau.fi:ssä, näkymän alalaidassa näkyy myös,

kuinka monta käyttäjää on ollut paikalla viimeisen 30 minuutin aikana, sekä lista niiden käyttäjien nimimerkeistä, jotka ovat parhaillaan paikalla. Alalaidasta löytyy myös linkit, joiden takana listataan "Tämänpäivän ahkerimmat kirjoittajat" sekä "Kaikkien aikojen ahkerimmat kirjoittajat". Kaikki tällainen pikkutieto on plussaa: se kertoo kävijöille tietoa palstasta, sen aktiivisuudesta ja muista kävijöistä.

Etuaukeamalla on vau.fi:n tapaan tieto siitä, mihin ketjuun on viimeiseksi kirjoitettu ja kuka käyttäjä viestin on lähettänyt:



Kuva 10. Vauva.info:n etuaukeamanäkymää.

Vauva.infoon voivat kirjoittaa rekisteröityneet käyttäjät. Foorumilla on myös suojattuja osioita, joihin voi kirjoittaa vasta, kun on ensin kirjoittanut tietyn määrän viestejä yleisille alueille. Tällainen kikka houkuttelee keskustelijat aktiivisiksi samaan tapaan kuin vau.fi:n salaiset palstat.

Vauva.infossa keskustelijoiden profiilinäkymä on melko samanlainen kuin vau.fi:ssä. Käyttäjillä on avatar ja aktiivisuudesta kertova tunnus ("Aktiivijäsen", "Jäsen").



Kuva 11. Vauva.info:n keskustelupalstan käyttäjien profiilinäkymiä.

Vauva.infossa on kuitenkin vielä enemmän käyttäjät toisistaan erottavia ominaisuuksia. Jokaisen käyttäjän kohdalla on viestilaskuri, joka kertoo, montako viestiä jäsen on postalle kaikkiaan kirjoittanut. Lisäksi käyttäjät voivat asettaa olinpaikkansa eli kotikaupunkinsa näkyviin (kuvasta 11 on jätetty kotikaupungin nimi pois yksityisyyden takaamiseksi).

Vauva.infossa on käytössä myös allekirjoitukset, joihin voi lisätä myös kuvia ja esimerkiksi fonttien väriä voi muuttaa. Erilaiset käyttäjän lapsien iän sisältävät bannerit ovat suosittuja allekirjoituksessa.



Kuva 12. Esimerkki vauva.infon keskustelupalstan käyttäjän allekirjoituksesta ja profiilista.

## 6.2 Ulkomaiset äitiyskeskustelupalstat

Tutkin pintapuolisesti kahta ulkomaista äitiyskeskustelupalstaa. Kun vauva.fi pyrkii parantamaan keskustelupalstojaan, on hyödyllistä ymmärtää, millaisilla palstoilla äidit keskustelvat Suomen ulkopuolella.

### 6.2.1 Mumsnet

Mumsnet on yksi Iso-Britannian isoimmista vanhemmille tarkoitetuista verkkosivuista ja sitä pidetään alueen vaikutusvaltaisimpana naisten sivustona. Mumsnetin perusti brittiläinen Justine Roberts yhdessä ystäviensä kanssa vuonna 2000. Kun Mumsnet vietti 10-vuotissyntymäpäiviään, sanoi silloinen pääministeri Gordon Brown sen olevan "yksi suurista brittiläisistä instituutioista". Vuonna 2011 Roberts perusti myös Gransnetin, Mumsnetin yli 50-vuotiaille tarkoitettun sisarsivuston. (Wikipedia: Mumsnet, 26.4.2015.)

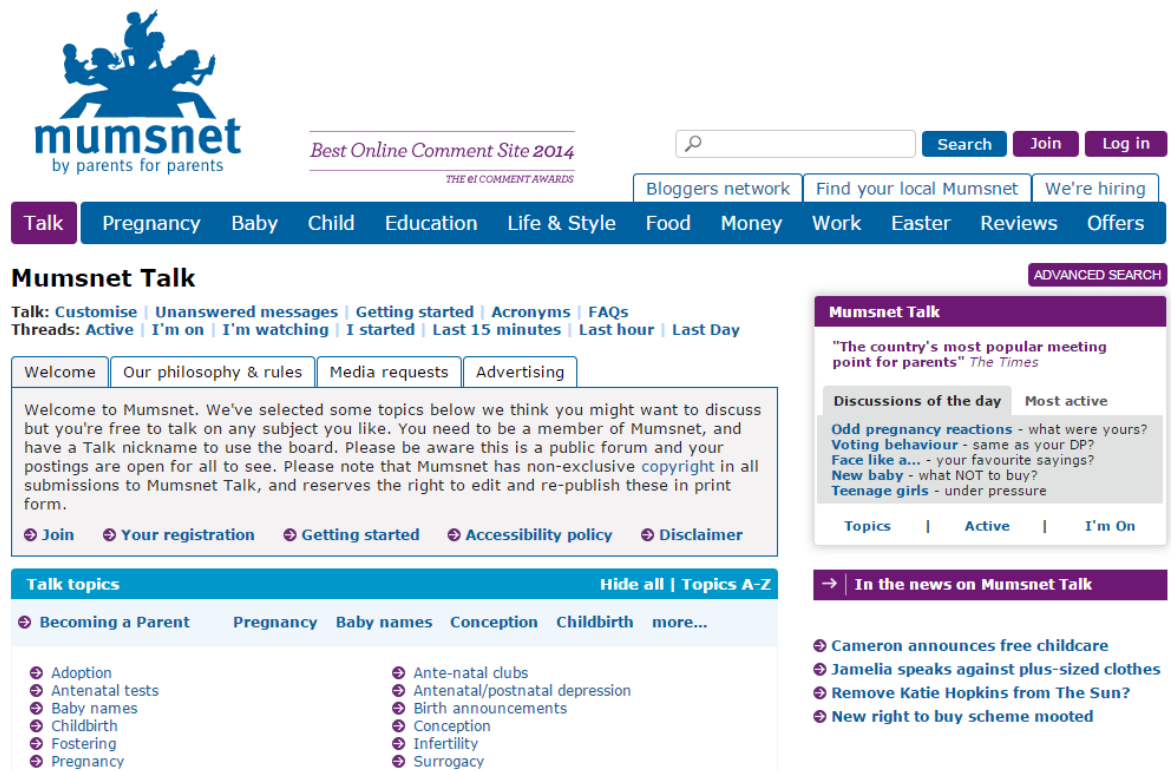
Nykyään Mumsnet on valtava verkkosivusto, josta löytyy niin tietoa, blogeja kuin keskustelupalstakin. Sen slogan on "By parents, for parents". Mumsnetillä on myös Facebook-sivusto, jolla oli 97 643 tykkääjää 26.4.2015. Lisäksi Mumsnetillä on oma Youtube-tili, jossa julkaistaan esimerkiksi ruokaohjevideoita, liikuntavideoita ja erilaisia vanhemmuuteen liittyviä vinkkivideoita. Mumsnetin Youtube-videoilla myös vierailee monia julkisuuden henkilöitä.

Mumsnetillä on nykyään yli miljoona jäsentä. DailyMailin artikkelin mukaan Mumsnet ei palvele pelkästään äitejä, vaan siitä on tullut vaikutusvaltainen yhteisö, jolla on jopa poliittista arvoa. Vuonna 2009 ennen vaaleja silloinen pääministeri Gordon Brown sekä vastus-



taja David Cameron pitivät Mumsnetissä verkkochatteja. Sivustoa pidetään hyvänä alustana keskustella vanhempia liikuttavista asioista. (Daily Mail 12.3.2015.)

Mumsnetin keskustelupalstalle voivat kirjoittaa rekisteröityneet käyttäjät, mutta palstaa voi lukea kuka tahansa. Keskustelupalsta on jaettu valtavaan määrään eri osioita ja keskustella voi oikeastaan mistä tahansa.



**mumsnet**  
by parents for parents

Best Online Comment Site 2014  
THE e1 COMMENT AWARDS

Search Join Log in

Bloggers network Find your local Mumsnet We're hiring

Talk Pregnancy Baby Child Education Life & Style Food Money Work Easter Reviews Offers

### Mumsnet Talk

Talk: Customise | Unanswered messages | Getting started | Acronyms | FAQs  
Threads: Active | I'm on | I'm watching | I started | Last 15 minutes | Last hour | Last Day

Welcome | Our philosophy & rules | Media requests | Advertising

Welcome to Mumsnet. We've selected some topics below we think you might want to discuss but you're free to talk on any subject you like. You need to be a member of Mumsnet, and have a Talk nickname to use the board. Please be aware this is a public forum and your postings are open for all to see. Please note that Mumsnet has non-exclusive copyright in all submissions to Mumsnet Talk, and reserves the right to edit and re-publish these in print form.

Join Your registration Getting started Accessibility policy Disclaimer

#### Talk topics

Hide all | Topics A-Z

Becoming a Parent Pregnancy Baby names Conception Childbirth more...

- Adoption
- Antenatal tests
- Baby names
- Childbirth
- Fostering
- Pregnancy
- Ante-natal clubs
- Antenatal/postnatal depression
- Birth announcements
- Conception
- Infertility
- Surrogacy

**Mumsnet Talk**

"The country's most popular meeting point for parents" *The Times*

Discussions of the day Most active

- Odd pregnancy reactions - what were yours?
- Voting behaviour - same as your DP?
- Face like a... - your favourite sayings?
- New baby - what NOT to buy?
- Teenage girls - under pressure

Topics | Active | I'm On

→ In the news on Mumsnet Talk

- Cameron announces free childcare
- Jamelia speaks against plus-sized clothes
- Remove Katie Hopkins from The Sun?
- New right to buy scheme mooted

Kuva 13. Mumsnet-verkkosivuston keskustelufoorumin yleisnäkymä.

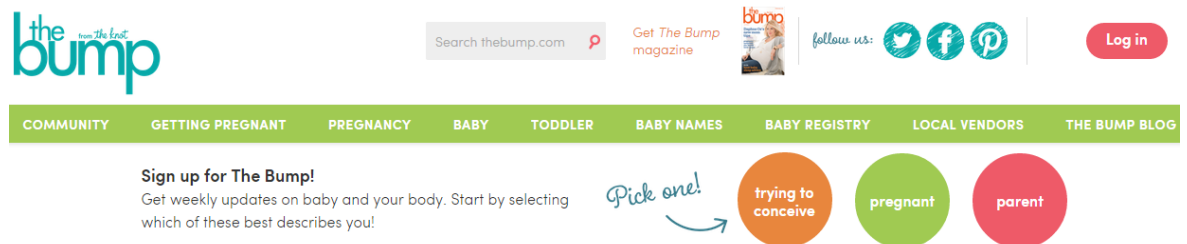
## 6.2.2 The Bump

The Bump on amerikkalaisen The Knot -hääverkkosivuston sisarsivusto, joka perustettiin vuonna 2008, kun The Knotin päätoimittaja ja yhteisön jäsenet alkoivat saada lapsia. The Bump julkaisee 15 paikallista ohjekirjaa vuosittain ja hallinnoi 83 paikalliskeskusteluforumia Yhdysvalloissa. (Forbes, 8.6.2015.) The Bumpilla on myös oma Pinterest-tili, jolla oli 43 663 seuraajaa 26.4.2015. Lisäksi sillä on Twitter-tili, jolla oli yli 354 000 seuraajaa samana päivänä.

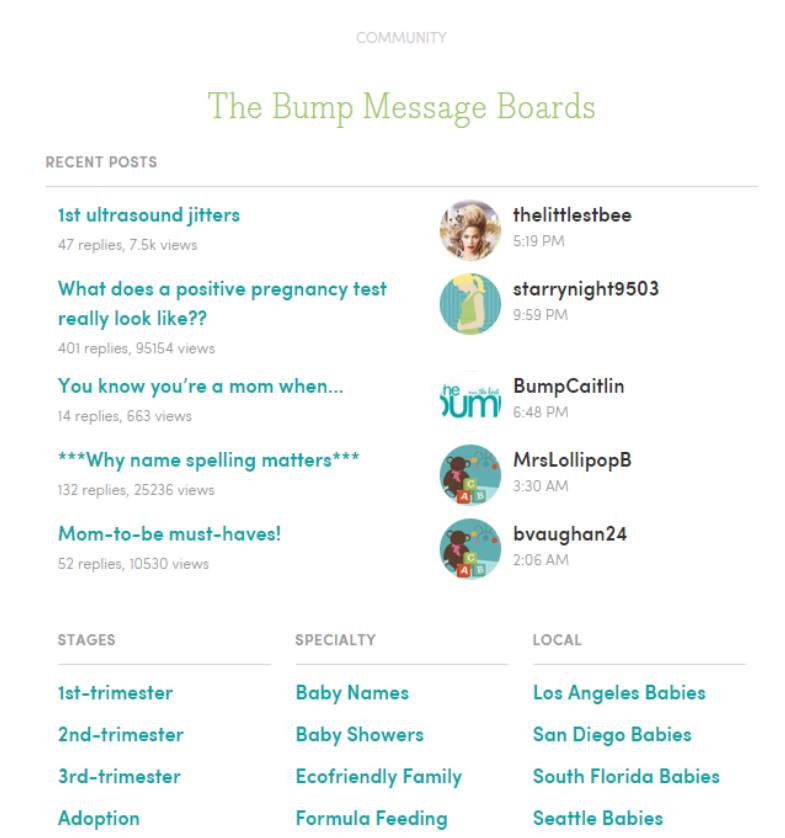
The Bumpin omistaa mediayhtiö XO Group Inc., joka tuottaa sisältöä pariskunnille, jotka suunnittelevat häitä, yhteen muuttamista tai lapsien hankkimista. Yhtiön päätoimisto sijaitsee New Yorkissa, mutta sillä on useita toimistoja muualla Yhdysvalloissa sekä Kiinassa. (Wikipedia: XO Group, 26.4.2015.)

The Bumpin verkkosivusto on samankaltainen kuin Mumsnet: siellä julkaistaan artikkeleita vanhemmuuteen ja vauvoihin liittyen. Sivustolla on myös blogeja. Keskustelupalstalle voivat kirjoittaa rekisteröityneet käyttäjät, mutta keskusteluita voivat lukea ketkä tahansa.

Keskustelupalsta on jaettu osioihin raskauden vaiheen, lapsen iän tai muun teeman mukaan. Lisäksi palstalla on "erityisosastoja", joiden aiheita ovat esimerkiksi lasten nimet, terveys tai keskenmeno. Lisäksi keskustelupalstalla on alaosioita eri Yhdysvaltojen alueille: tarkoitus on, että kävijät voivat keskustella lähellä asuvien äitien kanssa.



Kuva 14. The Bump -verkkosivuston ylänäkökymä.



Kuva 15. The Bump -keskustelupalstan etunäkymää.

### **6.3 Facebookin äitiysryhmät**

Tutkin kahta erilaista Facebookin äitiysryhmää. Kiinnitin huomiota asioihin, jotka ovat uniikkeja Facebookille ja jotka erottavat Facebookin ryhmät aiemmin esitellyistä äitiyskeskustelupalstoista.

Aivan aluksi on hyvä huomata, että Facebookin äitiysryhmissä viestit kirjoitetaan omalla nimellä. Äitiysryhmien keskustelijat kirjoittavat hyvinkin intiimeistä asioista aina synnytyskokemuksista oman perheen ongelmiin, ja tekevät sen omalla nimellään.

Tämä seikka on tavallaan mullistanut keskustelupalstojen tai -ryhmien sisimmän olemuksen – nimimerkin takaa tai anonyymien kirjoittamisen. Siinä missä Donath kirjoitti vuonna 1999 anonyymiuden tai nimimerkkien mahdollistavan keskustelun vaikeista ja arkaluontoisistakin aiheista (Donath 1999, 53), ei monille nykyäideille omalla nimellä kirjoittaminen tunnu olevan ongelma. Tosin lähes kaikki Facebookin äitiysryhmät ovat suljettuja, eli niihin pääsee, kun ylläpito tai toinen ryhmän jäsen hyväksyy liittymispyynnön. Kaikki kävijät eivät siis suinkaan näe ryhmän viestejä. Ryhmiin pääsy on kuitenkin äärimmäisen helppoa – minutkin hyväksyttiin niihin, vaikken ole äiti tai aikeissa ryhtyä äidiksi.

Facebook tarjoaa käyttäjilleen tiettyjä ominaisuuksia, joiden käyttöön kiinnitin huomiota ryhmiä tutkiessani. Facebookissa on helppo jakaa kuvia, ja näitä jaetaan äitiysryhmissä paljon. Lisäksi Facebook tarjoaa mahdollisuuden "peukuttaa" eli tykätä viesteistä. Tykkääminen on nopea tapa antaa palautetta viestin kirjoittajalle. Facebookissa on myös monia erilaisia emojiä eli kuvahymiöitä sekä tarroja eli isompia piirroksia, joita viesteihin voi liittää. Näitä monet äidit käyttävät paljon.

Vaikka Facebookiin kirjoitetaan omalla nimellä, ovat tutkimani ryhmät suljettuja. En opin näytetyössäni paljasta käsittelemieni tekstien kirjoittajien nimiä.

#### **6.3.1 Vauva 2015**

Facebookissa on valtava määrä kuukausien tai vuosien mukaan kategorisoituja äitiysryhmiä. Vauva 2015 on tarkoitettu tänä vuonna synnyttävälle tai synnyttäneille äideille. Ryhmä on suljettu, eli siihen on anottava pääsyä. Ryhmässä on 2555 jäsentä (20.4.2015).



Kuva 16. Vauva 2015 -ryhmän ylänäkökymä.

Ryhmän yllälaudassa on ryhmän kansikuva, suloinen vauva. Sivun yllälaudassa on ylläpitäjän kirjoittama kiinnitetty julkaisu, jossa kerrotaan ryhmän säännöt. Kiinnitetty julkaisu tarkoittaa sitä, että se pysyy aina sivun yllälaudassa, josta se on helppo löytää. Säännöt on kirjoittanut yksi ryhmän ylläpitäjistä. Vauva 2015 -ryhmässä on neljä ylläpitäjää. Facebookin äitiysryhmille tyypillistä on, että ylläpitäjät ovat tavallisia äitejä, eivätkä edusta mitään virallista tahoa.

Säännöt-julkaisun ensimmäinen rivi on kirjoitettu isoin kirjaimin ja teksti on lihavoitu, jotta se erottuu selkeästi. Ryhmän sääntöihin kuuluu esimerkiksi: ryhmässä ei saa julkaista myynti-ilmoituksia, haukkumaketjut poistetaan, ryhmän seinällä ei saa olla kyselyitä muista ryhmistä, ja asiakirjoihin saavat lisätä tietoja ainoastaan ylläpitäjät. (Vauva 2015 säännöt, 20.4.2015.)

Kansikuvan alla on välilehtiä. Huomion arvoista on esimerkiksi se, että välilehdeltä Jäsenet löytyy lista kaikista ryhmään kuuluvista. Jäsentä voi hakea myös nimellä. Oikeassa laidassa on tietoja ryhmästä. Näitä ovat esimerkiksi ryhmän kuvaus, jäsenmäärä sekä tieto siitä, että ryhmä on suljettu.

Vauva 2015 -ryhmässä on yli 2500 jäsentä. Ryhmän koko on melko suuri Facebook-ryhmäksi, jossa on tarkoitus keskustella intiimeistäkin asioista. Ylläpito puuttuikin tähän asiaan:

"Niinkuin eilen on havaittu, ryhmä on kasvanut niin suureksi et joukkoon mahtuu jos millaista porukkaa ja asiat tuppaa karkailemaan aikuisilla ihmisillä ihan kokonaan käsistä. - - Tätä on katottu hyvin pitkälle monien kohdalla ns. läpi sormien ja lukuisien yv yhteydenottojenkin perusteella on päätetty poistaa pahimmat hämminkiä aiheuttavat kokonaan ryhmästä. On ikävää, että moni kokee ettei uskalla enään jakaa ryhmässä mitään, ymmärrän, mutta pyritään itse omalla toiminnalla (puuttamalla) vaikuttamaan hieman ees asiaan mikäli meidän tietoon näitä tapauksia tulee. - - Se mihin me voidaan vaikuttaa, on vain valitettavasti se et tällaiset poistetaan ryhmästä välittömästi." (Vauva 2015 ylläpito.)

Viesti todistaa sen, että yksi Facebook-ryhmien vaikeuksista on palkattujen moderaattoreiden puute. Ylläpito, eli yksityishenkilöt, joutuvat hallitsemaan suurta joukkoa ihmisiä vailla erityistä koulutusta. Joskus tästä koituu ongelmia.

Sattumalta tutkimusajankohtanani eräs ryhmän jäsen järjesti gallupin, jossa kysyttiin ryhmään kuuluvien ikää. Näin sain helposti tietooni suurin piirtein, minkä ikäiset äidit Facebook-ryhmään kirjoittavat. Gallupiin vastasi 622 ryhmäläistä. Heistä suurin osa oli 23–26 -vuotiaita. Seuraavaksi eniten oli 19–22-vuotiaita ja 26–30-vuotiaita. Vähiten oli 40–45-vuotiaita ja toisaalta myös 15–18-vuotiaita). (Vauva 2015, 13.4.2015.)

Facebookin äitiysryhmien postaukset eli viestien aloitukset voidaan luokitella melko helposti tiettyihin ryhmiin. Käyn seuraavaksi läpi näitä tyypillisimpiä postauksia esimerkkien kautta. En julkaise suoria lainauksia vaan referoin postauksia kirjoittajien yksityisyyden takaamiseksi.

**Odotukseen tai vauvaan liittyvä avunpyyntö tai kysymys muille ryhmäläisille.** Kuten äitiyskeskustelupalstoillekin, myös Facebookin äitiysryhmille on tyypillistä, että jäsenet kysyvät toisiltaan apua ongelmiinsa. Kysymykset liittyvät usein raskauden oireisiin ja vau-

van hoitoon. On myös mielenkiintoista, että vaikka Facebookissa kirjoitetaan omalla nimellä, voivat kysymykset ja niiden vastaukset olla hyvinkin intiimejä tai henkilökohtaisia. Tutkimukseni aikana ryhmässä keskusteltiin esimerkiksi bikinikarvoituksen poistosta raskauden aikana. Kyseinen viesti sai 162 vastausta.

Äitiysryhmät ovat selvästi paikka etenkin intiimeille kysymyksille, sillä niitä äidit eivät välttämättä kehtaa kysyä "oikean elämän" ystäviltään. On mielenkiintoista, että myös Facebookissa tällaiset viestit ovat yleisiä ja suosittuja, vaikka keskustellaan omalla nimellä.

**Muiden ryhmäläisten mielipiteen kysyminen.** Vauva 2015 -ryhmäläiset kysyvät toistensa mielipiteitä moniin eri asioihin liittyen. Tavallista on kysyä muiden mielipidettä esimerkiksi odotukseen, vauvan huoneeseen tai vaatteisiin tai vauvan nimeen liittyen. Etenkin nimikyselyihin törmäsin usein. Joskus ryhmäläinen julkaisi kuvan vauvasta ja kysyi "mikä sopisi nimeksi meidän vauvalle", tai sitten saatettiin luetella vauvan isompien sisarusten nimet ja kysyä muilta ryhmäläisiltä, mikä nimi sopisi niiden joukkoon.

**Toiselle ryhmäläiselle suunnattu kysymys.** Facebookin äitiysryhmien jäsenet oppivat tuntemaan toisiaan melko helposti. Käyttäjät on helppo tunnistaa, koska he kirjoittavat omilla nimillään. Kun joku on joitakin päiviä sitten kirjoittanut ongelmastaan tai vaikka läheneensä synnyttämään, saattaa toinen ryhmäläinen tagata eli merkitä kirjoittajan uuteen postaukseen:

Postauksen aloittaja: "*Nimi*, kuinkas siellä voidaan? Ollaanko jo jakauduttu?"

*Nimi*: "Eilen syntyi terve poika mitoin xxxx g ja xx cm. KUVA." 30 tykkäystä.

Kommentti: "Voih ku ihana <3"

Kommentti: Oivoivoi!! Onnea kovasti!! Menikö synnytys hyvin?" (Vauva 2015.)

Koska ryhmäläiset on niin helppo erottaa toisistaan ja he esiintyvät omilla nimillään, jäsen-ten välille saattaa muodostua ystävyyssuhteita. Mitä useammin joku ryhmään kirjoittaa, sitä tunnetumpi hän on.

**Tietopostaus alkaneesta synnytyksestä tai syntyneestä vauvasta.** Tällaisiin viesteihin törmäsin usein. Ne tuntuvat myös poikkeuksetta saavan paljon tykkäyksiä ja paljon onnittelukommentteja. Äidit reagoivat voimakkaasti tämän tyyppisiin viesteihin: eräskin vauvan syntymästä kertonut viesti sai 334 tykkäystä ja 28 onnittelukommenttia.

**Arkinen kertomus.** Kaikki tekstipostaukset eivät ole tieto- tai kysymyspohjaisia, vaan ryhmässä kerrotaan myös oman arjen sujumisesta. Tällaisten postausten tarkoitus on purkaa sydäntä, kertoa iloisista tai ikävistä sattumuksista, viihdyttää itseä ja muita. Etenkin tunteisiin vetoavat arkiset postaukset ovat suosittuja.

**Raskauteen, odotusaikaan tai vauvaan liittyvät kuvapostaukset.** Facebook-ryhmissä on erittäin tyypillistä, että kirjoittajat jakavat ryhmään omia kuviaan. Umpimähkään valittuna päivänä (20.4.2015) Vauva 2015 -ryhmän 50 uusimmassa postauksessa neljässätoista oli kuva. Kuvista kuudessa oli vauva, kolmessa esiteltiin vauvan vaatteita tai tarvikkeita, yksi oli äidin ja vauvan yhteiskuva, yksi oli kuva kirjoittajan raskausvatsasta, yksi oli ultraäänikuva, yksi oli kuva kirjoittajan lemmikeistä ja yksi oli jääkiekkoon liittyvä huumorikuva.

Kuvien jakaminen Facebookissa on todella helppoa ja luonnollista, ja sen huomaa äitiysryhmiä tutkiessa. Moni ryhmäläinen jakaa kuvia omasta vauvastaan tai itsestään. Suosittuja ovat myös kuvat raskausvatsasta tai vauvan vaatteista tai tarvikkeista.

**Gallupit tai kuvaketjut.** Ryhmässä suosittuja ovat erilaiset gallupit tai kuvaketjut. Postauksen aloittaja kysyy kysymyksen, johon toiset vastaavat joko sanoin tai kuvalla. Tällaisten ketjujen tarkoitus tuntuu olevan lähinnä itsensä ja muiden viihdyttäminen sekä ajanvietto. Esimerkiksi yksi ryhmäläinen julkaisi kuvan iltapalastaan, ja kysyi muilta käyttäjiltä, mitä he söivät parhaillaan. Jotkut vastasivat ketjuun kuvalla, jotkut kuvailemalla iltapalansa sanoin. Tyypillistä tällaisissa ketjuissa on myös toisten vastauksista tai kuvista tykkääminen.

### **6.3.2 Imetyksen tuki ry**

Imetyksen tuki ry on Facebook-ryhmä, jossa on 7630 jäsentä (20.4.2015). Ryhmä on osa Imetyksen tuki ry:n vertaistukipalveluja. Ryhmä on tarkoitettu keskustelu- ja tukiryhmäksi kaikille, joita imetys koskettaa. (Imetyksen tuki, 20.4.2015.) Imetyksen tuki ry eroaa siis ryhmänä Vauva 2015:sta siinä, että Imetyksen tuki ry on samannimisen yhdistyksen ylläpitämä Facebook-ryhmä. Ylläpitäjät ovat yhdistyksen tukihenkilöitä, kun Vauva 2015 -ryhmän ylläpitäjät taas ovat "tavallisia" äitejä.



Kuva 17. Imetyksen tuki ry -ryhmän aloitusnäkömä. 20.4.2015.

Kuten Vauva 2015 -ryhmässä, myös Imetyksen tuki ry:ssä on kiinnitetty ryhmän säännöt sivun ylälaitaan. Lisäksi ryhmän kansikuva selittää, millaisesta ryhmästä on kysymys ja siinä mainitaan esimerkiksi, että Imetyksen tuki ry on rahapeliyhdistys RAY:n tukema yhdistys.

Ryhmälle ominaista on, että kirjoittaja voi saada vastauksen ongelmaansa koulutetulta imetystukiäidiltä, jos hän kirjoittaa viestinsä alkuun "Tukipyyntö". Kyseessä on siis sekä muiden äitien kanssa käytyyn vertaistukikeskusteluun sekä asiantuntijalta avun pyyntämiin tarkoitettu ryhmä. Ryhmä on yksinomaan imetyksestä puhumiseen tarkoitettu ja aiheet pyörivät imetyksen ympärillä.

Ryhmässä on Vauva 2015 tapaan tietynlaisia, helposti lokeroitavia postaustyyppejä.

**Tukipyyntö.** Tukipyynnöt on suunnattu ryhmään kuuluville imetystukiäideille, jotka osallistuvat Imetyksen tuki ry:n toimintaan. Tukipyyntö-viestiketjuihin saavat vastata vain tu-



kiäidit. Usein muut ryhmäläiset tarjoavat kuitenkin myös neuvojaan, mutta ylläpito pyrkii poistamaan nämä muut kommentit, jotta tukiäitien vinkit eivät huku viestien sekaan.

**Vinkkien kysely ja avunpyyntö muilta ryhmäläisiltä.** Tukipyyntöjen lisäksi ryhmäläiset kysyvät toisilta äideiltä vinkkejä tai apua imetyksen ongelmiin. Tyypillistä ryhmäläisille on kursailematon kielenkäyttö: esimerkiksi rinnoista käytetään yleensä sanaa "tissit".

**Imetyskuvat.** Ryhmäläiset julkaisevat ryhmässä paljon kuvia, joissa he imettävät vauvojaan. Kuvat ovat hyvinkin intiimejä, eli niissä saattaa näkyä selvästi äidin rinta tai nänni. Ryhmä on selvästi keskustelijoiden mielestä turvallinen paikka tällaisille kuville, joita muissa yhteyksissä jopa paheksutaan tai joiden julkaiseminen ei ole suotavaa kaikkien mielestä.

**Imetykseen liittyvät "avautumiset".** Imetys on usein vaikeaa tai siihen liittyy ongelmia. Äidit kertovat ryhmässä paljon omista imetysongelmistaan ja purkavat sydäntään toisille ryhmäläisille. Tällaiset viestit saavat usein paljon kommentteja ja tsemppausvastauksia toisilta ryhmäläisiltä. Törmäsin esimerkiksi viesteihin, joissa kirjoittaja kertoi imettämisen vaikeudesta ja oli liittänyt viestin yhteyteen kännykällä kuvatun videon rinnalla itkevästä vauvasta.

**Positiiviset onnistumispostaukset.** Imetys on ryhmäläisille erittäin tärkeä asia ja se herättää paljon tunteita. Vaikka monet jakavat imetykseen liittyviä murheita ja turhautumisiaan, on ryhmässä myös paljon postauksia, joiden tarkoitus on kertoa muille omasta onnesta tai onnistumisesta imetyksessä. Näin paljon viestejä, joissa hehkutettiin imettämisen ihanuutta.

## 6.4 Analyysi

Tarkastellessani äitiyskeskustelupalstoja sekä Facebookin äitiysryhmiä pohdin, miten hyvin luvussa 4 esittämäni hypoteesit tuntuivat toteutuvan löydösteni perusteella. Kertaan seuraavaksi hypoteesini ja pohdin, mitä löydökseni opettivat minulle niiden paikkansapitävyydestä. Lisäksi mainitsen, onko kyseinen ominaisuus käytössä vauva.fi:ssä tai kannattaisiko se ottaa käyttöön.

**Hypoteesi 1.** *Erilaiset hyvän keskustelijan tunnukset antavat kirjoittajalle palautetta viestistä ja saavat kirjoittajat tuntemaan itsensä tarpeelliseksi ja hyödylliseksi. Hyvän keskustelijan tunnus voi olla esimerkiksi tykkäys-ominaisuus – hyviä viestejä voidaan peukuttaa.*

Tutkimistani palstoista tykkäysominaisuus on käytössä kaksplus.fi:ssä, vau.fi:ssä sekä amerikkalaisen The Bump -sivuston foorumilla. Tykkäysominaisuutta selvästi käytetään näillä palstoilla, mutta ei mitenkään ylenpalttisen paljon. Esimerkiksi vauva.fi:n Aihe vapaa -palstalla tykkäysominaisuus on selvästi enemmän käytössä.

Kaikkien ominaisinta viesteistä tykkääminen on kuitenkin Facebookin äitiyskeskusteluille. Tykkääminen tai peukutus on aivan keskeisin Facebookin ominaisuuksista, ja sivuston käyttäjille luonteva tapa tuoda mielipiteensä esiin.

Vauva.fi:n keskustelupalstoilla tykkäysominaisuus on käytössä, enkä näe syytä, miksi se kannattaisi verkkosivu-uudistuksen yhteydessä poistaa. Tykkääminen on nopein tapa antaa mielipide viestistä, ja siksi monet keskustelijat siitä pitävät. Voitaneen sanoa, että hypoteesi 1 pitää paikkansa.

**Hypoteesi 2.** *Personoitavat allekirjoitukset rakentavat keskustelupalstalla kirjoittavien identiteettiä ja ovat tärkeitä elementtejä keskustelupalstoilla. Identiteettiä rakentavat myös personoitavat avatorit eli pienet käyttäjäkuvat, jotka jokainen keskustelija voi itselleen asettaa.*

Tutkimistani palstoista avatar-kuvia käyttävät kaksplus.fi, vau.fi, vauva.info sekä amerikkalainen thebump.com. Kaksplussalaisista kovinkaan moni ei kuitenkaan ole asettanut itselleen käyttäjäkuvaa. Sen sijaan vau.fi:ssä ja vauva.infossa avatar on käytössä lähes jokaisella. Näillä palstoilla on helppo havaita aktiiviset kävijät, sillä heidän avatar-kuvansa tois-tuvat ketjuissa usein.

Allekirjoitus on käytössä vauva.infossa sekä thebump.comissa. Käyttäjät voivat näillä palstoilla lisätä allekirjoituksiinsa myös pieniä kuvia tai bannereita, vauva.infossa voi myös muuttaa fontin väriä. Moni on merkinnyt allekirjoitukseen lastensa iän tai muita tietoja.

Vauva.fi ei käytä avatar-kuvia eikä allekirjoituksia. Tutkimistani palstoista samanlainen on mumsnet, jolla ei myöskään ole käytössä kumpaakaan ominaisuutta. Vauva.fi:ssä ainoa kirjoittajan itse personoitava tunnus on nimimerkki. Palstaa voisi piristää ainakin avatar-kuvien lisääminen nimimerkkien yhteyteen. Näin kirjoittajat olisi helpompi tunnistaa tois-taan ja palsta saisi myös hieman lisää visuaalista ilmettä ja väriä.

**Hypoteesi 3.** *Hyvällä keskustelupalstalla on käytössä kommenttilaskuri tai muu vastaava. Se kertoo keskustelijoille, miten aktiivinen kukin jäsen palstalla on. Aktiivisimmat keskustelijat ovat kirjoittaneet palstalle paljon viestejä ja he ovat arvostettuja yhteisön jäseniä.*

Tutkimistani palstoista vauva.info:ssa on perinteinen, numerollinen viestilaskuri käyttäjien nimimerkin yhteydessä. Vau.fi:ssä puolestaan on kävijän kohdalla tähtiä yhdestä viiteen sen mukaan, miten aktiivinen keskustelija on. Lisäksi vau.fi:ssä on nimimerkin alapuolella aktiivisuudesta kertova kuvaus, kuten "Aloittelija" tai "Naimisissa foorumin kanssa".

Kysymättä asiaa keskustelijoilta on vaikea todistetusti sanoa, että kommenttilaskuri tai muu vastaava elementti vaikuttaa siihen, miten arvostettuja yhteisön jäseniä eri kävijät ovat.

Omasta kokemuksestani kuitenkin tiedän, että aktiivisia keskustelijoita arvostetaan tai ainakin heidät huomioidaan keskustelupalstoilla eri tavalla kuin hiljaisemmat kävijät. Kävin itse vuosia eräällä keskustelupalstalla, jolla oli käytössä kommenttilaskuri. Tuhansia viestejä kirjoittaneet kävijät olivat niitä, jotka kaikki tunsivat. Kommenttilaskuri on hyödyllinen myös siksi, että joskus palstalla voi olla kävijöitä, joilla on samantyyppiset nimimerkit. Käymälläni palstalla kävi joskus jopa niin, että uusi, tuntematon kävijä loi samanlaisen nimimerkin kuin palstan tunnettu ja suosittu kävijä. Kommenttilaskuri kuitenkin paljasti, että kyseessä oli uusi kävijä.

Vauva.fi:n palstalla ei ole käytössä kommenttilaskuri-ominaisuutta. Sellainen on löydösteni ja omien kokemusteni mukaan kuitenkin hyödyllinen etenkin aktiivisella palstalla. Hauska lisä voisivat olla myös vau.fi:n "Naimisissa foorumin kanssa" -tyyppiset kuvaukset.

**Hypoteesi 4.** *Yksi tapa lähentää keskustelijoiden suhteita on mahdollisuus jakaa kuvia palstalla. Mitä enemmän henkilökohtaista tietoa keskustelupalstalla itsestä kerrotaan, sitä läheisempiä suhteita keskustelijoiden välille voi syntyä.*

Tutkimillani keskustelupalstoilla kuvien jakaminen ei juuri näy. Voi olla, että mahdollisuus on käytössä jollain palstoilla, mutta sitä ei hyödynnetä. Näin on tällä hetkellä myös vauva.fi:ssä.

Facebookissa kuvien jako on sen sijaan tärkeä osa äitiysryhmien keskustelua ja kommunikointia. Kuvia jaetaan vain kuvien vuoksi, tai niitä lisäillään tekstien tueksi. Facebookiin kuvien jako sopii, sillä kuvien jakaminen tuntuu siellä luonnolliselta – jakavathan monet äidit lapsensa kuvia myös omassa profiilissaan.

Keskustelupalstalla kuvien jakaminen on kaksipiippuinen asia. Toisaalta kuvat piristävät palstaa ja etenkin nuorille äideille kuvien jakaminen voi olla tärkeä asia, sillä he ovat tottu-

neet niitä jakamaan muuallakin. Toisaalta keskustelupalstalla ollaan nimimerkillä, ja lasten kuvien jakaminen voi tuntua joistakin käyttäjistä liian intiimiltä tai yksityiseltä.

Ehdotan, että vauva.fi:ssä olisi jatkossakin mahdollisuus jakaa kuvia äitiyskeskustelupalstoilla. Näin jokainen voisi halutessaan kuvia jakaa tai tehdä päätöksen olla niitä jakamatta.

**Hypoteesi 5.** *Nimimerkkien käyttö on tärkeää, jos tavoitteena on toimiva, yhteisöllinen keskustelupalsta. Nimimerkit erottavat käyttäjät toisistaan ja helpottavat ystävyyksien syntymistä.*

Kaikilla tutkimillani keskustelupalstoilla keskustellaan nimimerkeillä. Näin on myös vauva.fi:ssä. Nimimerkki on tarpeellinen käyttäjien kannalta – he erottuvat toinen toisistaan ja helpottavat suhteiden syntymistä. Nimimerkkien käyttö on tärkeää myös palstan tarjoajan näkökulmasta, sillä se tekee palstasta yhteisöllisemmän ja näin oletettavasti myös houkuttelevamman uusille kävijöille.

**Lisähuomio.** Tutkimusta tehdessäni havaitsin, että kaikki kolme suomalaista keskustelupalstaa sekä brittiläinen mumsnet mahdollistavat emoji- eli valmiiden hymiöiden käytön palstallaan. Facebookissa niitä käytetään myös, minkä lisäksi Facebook tarjoaa mahdollisuuden käyttää erilaisia "tarroja" eli isompia kuvia tai hymiöitä.

Emojit ovat hauskoja ja niiden lisääminen viestiin on helppo tapa kuvastaa omaa mielialaa. Etenkin nuoret käyttävät emojeita niin internetissä kuin kännykällä viestiessään. Emojit ovat helppo tapa piristää palstaa, joten vauva.fi:ssäkin ne kannattaisi mielestäni ottaa käyttöön.

## **7 Vauva.fi:n keskustelupalstalaisille teetetty kysely ja sen tulokset**

Tässä luvussa esittelen vauva.fi:n keskustelupalstan kävijöille teetetyn kyselyn tulokset. Kysely tehtiin, jotta voitiin etukäteen – ennen vauva.fi:n uudistumista – kartoittaa sitä, millaisia uusia teknisiä ominaisuuksia keskustelupalstan kävijät kenties toivoisivat palstalle tulevan uudistuksen myötä.

Kysely toteutettiin Digium-palvelun avulla. Kysely julkaistiin vauva.fi:n keskustelupalstojen eri osioiden etusivulla ylimpänä niin, että se oli selvästi näkyvissä aina, kun palstalla vierailtiin.

Kyselyssä oli myös kysymyksiä, jotka Vauva-lehden toimitus halusi siihen liittää omaa taustakartoitustaan varten. Nämä kysymykset liittyvät esimerkiksi Aihe vapaa -palstaan eivätkä ole oleellisia tämän opinnäytetyön kannalta. En käsittele tällaisten kysymysten vastauksia työssäni luottamuksellisista syistä.

On tärkeää tuoda esiin, että kysely julkaistiin myös vauva.fi:n Aihe vapaa -osastolla. Tiedetään, että suurin osa vauva.fi:n kävijöistä käy sivustolla nimenomaan Av-palstan vuoksi. Av-palsta on kaikille avoin, anonyymi palsta ja siellä keskustellaan kaikenlaisista aiheista, ei vain äitiyteen liittyvistä. Tämän vuoksi suurin osa Av:n kävijöistä ei ole Vauva-lehden kohderyhmää. Oli kuitenkin tärkeää, että kysely julkaistiin myös Aihe vapaalla, sillä palsta on Vauva-lehdelle tärkeä ja se halutaan ottaa huomioon, kun verkkosivut uudistuvat.

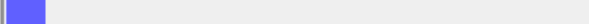

Otan kyselyn tulosten analysoinnissa huomioon sen, että suurin osa vastaajista on Av-palstalaisia ja tuon esiin, miten se vaikuttaa vastauksiin. Digium-palvelu mahdollisti kuitenkin sen, että vastauksia on mahdollista luokitella niin, että esiin pääsevät myös äitiyspalstan kautta kyselyn löytäneiden vastaajien mielipiteet. Nämä ovat kiinnostavia opinnäytetyön kannalta.

### **7.1 Taustatietojen tulokset**

Kyselyyn vastasi kaiken kaikkiaan 829 henkilöä. Korkea luku johtuu siitä, että suurin osa vastaajista löysi kyselyyn Av-palstan kautta, jolla käy suuri määrä ihmisiä viikoittain.

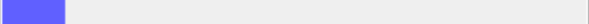
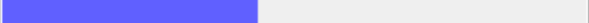
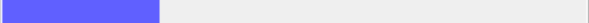
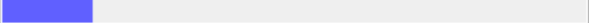
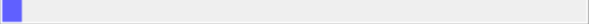
Taustatietoina kysyttiin vastaajan sukupuoli, ikä, mahdollisten lasten ikä (ts. minkä ikäinen vastaajan nuorin lapsi on) sekä käyttääkö vastaaja vauva.fi:n sivustoa useimmiten tietokoneella, tabletilla vaiko kännykällä.

#### Oletko

|    | Vastaus         | Lukumäärä  | Prosentti   | 20%  | 40% | 60% | 80% | 100% |
|----|-----------------|------------|-------------|--|-----|-----|-----|------|
| 1. | Mies            | 57         | 6,88%       |  |     |     |     |      |
| 2. | Nainen          | 772        | 93,12%      |  |     |     |     |      |
|    | <b>Yhteensä</b> | <b>829</b> | <b>100%</b> |  |     |     |     |      |

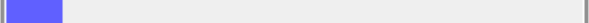
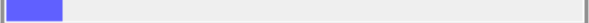
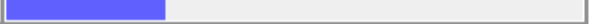
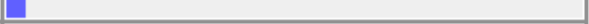

Vastaajista selvästi suurin osa eli 93,12 prosenttia oli naisia. Tämä oli odotettavissa. Miesten yllättävänkin suurta lukumäärää selittää se, että Av-palstalla käy myös miehiä, koska siellä keskustellaan kaikenlaisista aiheista, ei vain äitiydestä.

#### Minkä ikäinen olet ?

|    | Vastaus         | Lukumäärä  | Prosentti   | 20%  | 40% | 60% | 80% | 100% |
|----|-----------------|------------|-------------|--|-----|-----|-----|------|
| 1. | alle 20 vuotta  | 88         | 10,62%      |  |     |     |     |      |
| 2. | 20–29 vuotias   | 365        | 44,03%      |  |     |     |     |      |
| 3. | 30–39 vuotias   | 223        | 26,90%      |  |     |     |     |      |
| 4. | 40–49 vuotias   | 126        | 15,20%      |  |     |     |     |      |
| 5. | Yli 50 vuotias  | 27         | 3,26%       |  |     |     |     |      |
|    | <b>Yhteensä</b> | <b>829</b> | <b>100%</b> |  |     |     |     |      |

Vastaajista suurin osa oli 20–29-vuotiaita ja seuraavaksi yleisin ikäluokka olivat 30–39-vuotiaat. Alle parikymppisiä oli selvästi vähemmän, mitä voi selittää se, että nuoret suosivat muita sosiaalisen median palveluita keskustelupalstojen sijaan. Lisäksi vauvafoorumin aiheet eivät kosketa monia alle parikymppisiä, vaikkakin Av-palstalla keskustellaan muustakin kuin äitiydestä. Vastaajien joukosta löytyi myös neli- ja viisikymppisiä yllättävänkin paljon. Tätä voi ehkä selittää se, että siinä missä parikymppiset ovat sosiaalisen median käyttäjiä, ovat 90- ja 2000-luvuilla yleistyneet keskustelupalstat tutumpia vanhemmille ikäluokille.

#### Minkä ikäinen on nuorin lapsesi?

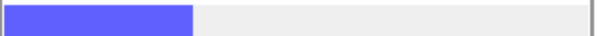
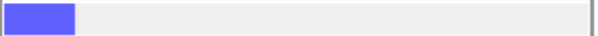

|    | Vastaus               | Lukumäärä  | Prosentti   | 20%  | 40% | 60% | 80% | 100% |
|----|-----------------------|------------|-------------|--|-----|-----|-----|------|
| 1. | 0–1 vuotta            | 79         | 9,53%       |  |     |     |     |      |
| 2. | 1–3 vuotta            | 81         | 9,77%       |  |     |     |     |      |
| 3. | Yli 3 vuotta          | 227        | 27,38%      |  |     |     |     |      |
| 4. | Odotan esikoistani    | 26         | 3,14%       |  |     |     |     |      |
| 5. | Minulla ei ole lapsia | 416        | 50,18%      |  |     |     |     |      |
|    | <b>Yhteensä</b>       | <b>829</b> | <b>100%</b> |  |     |     |     |      |

Jopa yli puolet vastaajista ilmoitti olevansa lapsettomia. Osa näistä ihmisistä on vauva-kuumeilijoita ja vierailee siksi vauva.fi:ssä. Toisaalta Vauva-lehden verkkosivujen keskustelupalstoilla käydään, vaikka ei kuuluta lehden kohderyhmään. Anonyymi Av-palsta vetää

kävijöitä. Palstaa on kutsuttu "koko Suomen olohuoneeksi", mikä kuvastaa sitä, miten monista eri aiheista palstalla keskustellaan.

Vastaajista 26 oli Vauvan kenties tärkeintä kohderyhmää eli esikoisensa odottajia. Vauvaikäisiä lapsia oli vajaalla 10 prosentilla vastaajista.

**Millä laitteella useimmin käytät vauva.fi:n sivustoa?**

|    | Vastaus         | Lukumäärä  | Prosentti   | 20%  | 40% | 60% | 80% | 100% |
|----|-----------------|------------|-------------|--|-----|-----|-----|------|
| 1. | tietokoneella   | 267        | 32,36%      |  |     |     |     |      |
| 2. | tabletilla      | 100        | 12,12%      |  |     |     |     |      |
| 3. | kännykällä      | 458        | 55,52%      |  |     |     |     |      |
|    | <b>Yhteensä</b> | <b>825</b> | <b>100%</b> |  |     |     |     |      |

Vastaajista yli 55 prosenttia käyttää vauva.fi:tä kännykällä. Luku kertoo siitä, miten tärkeää on, että verkkosivut on optimoitu mobiilikäyttöön. Vauvan äitiyspalstat ovat kadottaneet kävijöitä viime vuosina kenties juuri siitä syystä, ettei niitä voitu käyttää mobiililla. Nyt asia on jo korjattu.







## 7.2 Miksi ja millä osastoilla palstalla käydään?

Seuraavilla kysymyksillä kartoitettiin sitä, mitkä keskustelupalstan osastot ovat suosituimpia. Lisäksi selvitettiin, miksi vastaaja käy vauva.fi:n palstoilla

Vastaajista lähes 97 prosenttia mainitsi suosikkiosastokseen Av:n. Aihe vapaalla käyvän väkimäärän tarpeista huolehtiminen on tärkeää, sillä vauva.fi:n valtavasta kävijämäärästä on suurilta osin kiittäminen Av:n liikennettä.

On huomattava, että vaikka vastaaja keskustelisikin myös äitiyspalstoilla, saattaa hänen suosikkiosastonsa silti olla Aihe vapaa. Vastaajista parikymmentä oli ensisijaisesti äitiyspalstojen käyttäjiä. Hyödynnän tätä tietoa jatkossa.

**Miksi käyt vauva.fi:n keskusteluissa? Voit valita monta.**

|    | Vastaus  | Lukumäärä | Prosentti | 20%  | 40% | 60% | 80% | 100% |
|----|--|-----------|-----------|--|-----|-----|-----|------|
| 1. | Etsin vanhemmuuteen tai vauvoihin liittyvää tietoa       | 97        | 11,71%    |   |     |     |     |      |
| 2. | Etsin vanhemmuuteen tai vauvoihin liittyvää vertaistukea | 85        | 10,27%    |   |     |     |     |      |
| 3. | Haluan lukea muiden vanhempien kokemuksia                | 166       | 20,05%    |   |     |     |     |      |
| 4. | Haluan keskustella                                       | 415       | 50,12%    |  |     |     |     |      |
| 5. | AV on hyvää viihdettä                                    | 737       | 89,01%    |  |     |     |     |      |
| 6. | Jokin muu, mikä  | 48        | 5,80%     |   |     |     |     |      |
|    | <b>Yhteensä</b>  |           |           |  |     |     |     |      |

Yllä oleva graafi jatkaa jo sanotun todistamista. Vauva.fi:n keskusteluiden Av-palsta on ennen kaikkea hyvää viihdettä, jonka vuoksi sivustolle palataan uudelleen ja uudelleen. Puolet vastaajista käy sivuston palstoilla, koska haluaa keskustella. Graafi paljastaa kuitenkin myös sen, että Av-palsta ei poista sitä faktaa, että vauva.fi:ssä vierailaan, koska halutaan saada tietoa vanhemmuudesta tai keskustella vanhemmuuteen liittyvistä asioista. Äitiyskeskustelupalstoilla on selvästi paikkansa sivustolla, ja niiden uusiminen on tärkeää, jotta keskustelijoiksi saataisiin vieläkin enemmän Vauvan kohderyhmään kuuluvaa väkeä.

### 7.3 Mitä ominaisuuksia halutaan?

Seuraavaksi selvitettiin, mitä teknisiä ominaisuuksia kävijät arvostavat keskustelupalstalla. Vastauksissa näkyi se, että suurin osa vastaajista oli Av-palstalaisia. Tämän vuoksi suodatin Digium-palvelun avulla vastaukset tavalla, joka kertoo enemmän äitiyskeskustelijoiden mielipiteistä ja hyödyntää työtäni.

Alla oleva taulukko näyttää ominaisuudet, joista kysyttiin. Vastaaja sai arvottaa ominaisuuden asteikolla nollasta neljään, jossa 0 merkitsi sitä, ettei kyseinen ominaisuus ollut hyödyllinen ja 4 sitä, että vastaaja halusi ehdottomasti kyseisen ominaisuuden palstalle. Mitä punaisempi väri on, sitä vähemmän tärkeä ominaisuus on. Mitä vihreämpi, sitä tärkeämpi.



|  | Kaikki vastaajat<br>N=845 |
|--|---------------------------|
| <b>Miten hyödyllisenä pidät netin keskustelupalstoilla seuraavia ominaisuuksia. 0=ei yhtään hyödyllinen, 4=tämä pitää saada!</b> | <b>1,33</b>               |
| Kuvien liittäminen viesteihin  | 1,92                      |
| Emojit (valmiit hymiöt jne.)   | 1,54                      |
| Profiilikuva nimimerkille  | 0,82                      |
| Allekirjoitus omiin kirjoituksiin  | 0,75                      |
| Kirjoittajan kommenttien laskuri nimimerkin perässä  | 0,88                      |
| Yksityisviestit muille käyttäjille   | 1,24                      |
| Omien viestien tallentaminen   | 1,28                      |
| Omien suljettujen ryhmien luominen   | 0,85                      |
| Hashtagien eli tunnisteiden käyttö   | 0,82                      |
| Mahdollisuus nostaa hyviä kommentteja  | 1,69                      |
| Mahdollisuus kehua/peukuttaa kommentteja   | 3,07                      |
| Lisää Vauva-lehden järjestämiä kilpailuja  | 1,22                      |
| Lisää Vauva-lehden toimituksen osallistumista  | 1,14                      |
| Jokin muu, mikä  | 1,81                      |
| <b>Yhteenveto</b>  | <b>1,33</b>               |

Yllä näkyy, mitä tuloksia saatiin, kun huomioitiin kaikki vastaukset. Av-palstalaisten suuri määrä näkyy tuloksissa. Av:lla tuntuu vallitsevan vahva vastustus kaikenlaisia muutoksia kohtaan. Ainoa ominaisuus, mistä todella pidetään, on se, joka palstalta jo löytyy: tykkäysmahdollisuus. Hieman muiden yli nousivat myös mahdollisuus liittää kuvia viesteihin sekä mahdollisuus nostaa hyviä kommentteja.

Suodatin Digium-palvelun avulla vastaukset siten, että näkyviin nousi seuraavia yhdistelmiä:

- Vastaajan suosikkialue on muu kuin Aihe vapaa
- Vastaaja on rekisteröitynyt palstalle
- Minkä verran lapsia vastaajalla on

Näin suodattamalla selvisi esimerkiksi, että Vauvakuume-, Raskaus ja synnytys - sekä Vauvat ja taaperot -palstojen kävijät haluavat hieman eri ominaisuuksia kuin muut kävijät. He haluavat liittää kuvia viesteihin (yleisin vastaus 3, kun 4=tämä pitää saada) ja käyttää emojeita eli hymiöitä (yleisin vastaus 2 ja 3 välillä). He haluavat myös keskiarvoa enemmän asettaa profiilikuvan nimimerkilleen.

Lisäksi pienten lasten äidit haluavat keskiarvoa enemmän lehden osallistumista palstalla - että Vauva-lehden toimitus kysyy palstalla kävijöiltä kysymyksiä tai järjestää kilpailuja. Tämä on hyvä merkki, sillä se kertoo siitä, että ydinkohderyhmä haluaa olla tekemisissä myös journalismin kanssa. Se on erittäin tärkeää Vauva-lehden toimitukselle.




Seuraavaksi suodatin vastaukset siten, että näin miten eri-ikäiset vastaajat suhtautuivat eri ominaisuuksiin. Selvisi, että alle 29-vuotiaat haluavat eniten uusia ominaisuuksia palstalle. Jo olemassa olevan peukutusmahdollisuuden lisäksi eniten haluttiin mahdollisuutta liittää kuvia viesteihin, käyttää emojiä sekä nostaa hyviä kommentteja ylöspäin ketjussa.

Viimeiseksi suodatin vastaukset vielä sen mukaan, onko vastaajalla lapsia ja minkä ikäisiä. Merkittävin tulos oli se, että esikoisen odottajat – eli Vauvan ydinkohderyhmä – halusivat mahdollisuuden lisätä viesteihinsä kuvia.

#### 7.4 Asiantuntijoiden ja toimituksen näkyvyys palstalla

Kävijöiltä kysyttiin, haluaisivatko he keskustella palstalla asiantuntijoiden kanssa. Lisäksi kysyttiin, mitä kävijä ajattelee siitä, jos Vauva-lehden toimittaja tulee mukaan keskusteluun.

**Kiinnostaako sinua, jos Vauva-lehti hankkii keskusteluihin vastaamaan jonkin asiantuntijan: esimerkiksi vauvojen unineuvojan, imetysneuvojan, lastenlääkärin tai kätilön?**





|    | Vastaus         | Lukumäärä  | Prosentti   | 20%   | 40% | 60% | 80% | 100% |
|----|-----------------|------------|-------------|---|-----|-----|-----|------|
| 1. | kyllä           | 301        | 36,75%      |    |     |     |     |      |
| 2. | ei              | 290        | 35,41%      |  |     |     |     |      |
| 3. | en osaa sanoa   | 228        | 27,84%      |  |     |     |     |      |
|    | <b>Yhteensä</b> | <b>819</b> | <b>100%</b> |   |     |     |     |      |

Vastaajista 301 eli hieman yli 36 prosenttia ilmoitti olevansa kiinnostunut, jos Vauva-lehti hankkii keskustelupalstalle asiantuntijan vastaamaan vanhemmuuteen liittyviin kysymyksiin. Määrä osoittaa, että vaikka suurimman osan vastaajista lempipalsta oli Aihe vapaa, ei se tarkoita sitä, etteikö iso osa palstalaisista olisi kiinnostunut vanhemmuuteen liittyvistä aiheista.

Asiantuntijoita palstalla onkin jo kokeiltu. Huhtikuun 2015 aikana vauva.fi:ssä on ollut asiantuntijoita vastaamassa keskustelijoiden kysymyksiin. Vauva.fi:ssä keskusteltiin netti-kiusaamisesta viiden päivän ajan ja keskustelijoiden kysymyksiin oli vastaamassa asiantuntijoita Ehyt ry:stä, Rikosuhripäivystyksestä, Pelastakaa lapset ry:stä, Mannerheimin lastensuojeluliitosta sekä nettipoliisista.

Vauva voisikin seuraavaksi kokeilla vanhemmuus- ja vauva-asiantuntijoiden tuomista palstalle silloin tällöin. Jos asiantuntijoiden läsnäoloa vielä mainostettaisiin Vauvan Facebook-sivuilla, voisi tällaisista asiantuntijavierailuista olla hyötyä niin keskustelijoille kuin lehdelle – asiantuntijat saattaisivat tuoda palstalle lisää keskustelijoita.

**Mitä ajattelet, jos Vauva-lehden toimittaja kysyy palstalla jotain keskustelijoilta?**

|    | Vastaus                              | Lukumäärä  | Prosentti   | 20%  | 40% | 60% | 80% | 100% |
|----|--------------------------------------|------------|-------------|--|-----|-----|-----|------|
| 1. | En pidä siitä.                       | 74         | 8,99%       |   |     |     |     |      |
| 2. | Se ei kiinnosta minua.               | 182        | 22,11%      |  |     |     |     |      |
| 3. | Se on minulle ok.                    | 511        | 62,09%      |  |     |     |     |      |
| 4. | Haluan osallistua lehden tekemiseen! | 56         | 6,80%       |   |     |     |     |      |
|    | <b>Yhteensä</b>                      | <b>823</b> | <b>100%</b> |  |     |     |     |      |

Yli 60 prosenttia vastaajista ilmoitti, että toimittajan näkyvyys palstalla sopii heille. Vastaajista 56 oli erittäin kiinnostuneita osallistumaan lehden tekoon. Tämä on hyvä merkki ja Vauvan toimitukselle erittäin tärkeää. Vastaajista ne, jotka eivät pitäneet toimittajien läsnäolosta palstalla, lienevät todennäköisesti Aihe vapaan kävijöitä. Vuosien saatossa Vauvassa on nimittäin huomattu ilmiö, että osa Av:n kävijöistä ei tunnu täysin ymmärtävän keskustelewansa Vauva-aikakauslehden verkkosivuston alla, vaan pitää Av:ta jonkinlaisena vapaana palstana.

## 8 Pohdinta

Opinnäytetyöni tarkoitus oli tuottaa Vauva-lehdelle tietoa siitä, mitä asioita heidän kannattaisi ottaa huomioon tulevassa verkkosivu-uudistuksessaan ja miten vauva.fi:n keskustelupalstoja kannattaisi parantaa. Käytin opinnäytetyössä laadullista tutkimusmenetelmää, kun havainnoin keskustelupalstoja ja -ryhmiä. Tämän vaiheen tarkoitus ei ollut niinkään tuottaa absoluuttista, luotettavaa faktaa keskustelupalstoista tai siitä, ovatko jotkin keskustelupalstojen ominaisuudet ehdottomasti tärkeitä tai turhia. Tutkimus perustui omiin havaintoihini.

Vauva.fi:n keskustelijoille teettämäni kysely edusti määrällistä tutkimusmenetelmää. Sen luotettavuudesta puhuttaessa on tärkeä huomata, että vaikka oma tutkimukseni keskittyi sivuston äitiyskeskustelupalstoihin, vastasi kyselyyn myös suuri joukko ihmisiä, jotka eivät ole Vauva-lehden tai sen äitiyskeskustelupalstojen kohderyhmää (osa Aihe vapaa -palstan kävijöistä). Tämä oli syytä pitää mielessä kyselyn tuloksia purettaessa ja myöhemmin niitä tutkiessa.

Pohdin tutkimukseni eettisiä näkökohtia etenkin Facebookin äitiysryhmiä tutkiessani. Facebookissa ei olla anonyymisti, vaan omalla nimellä ja omalla kuvalla. Pohdin paljon sitä, millaisessa muodossa voin esittää Facebook-ryhmien viestien sisällön työssäni. Tutustuin myös Tiede-lehden blogikirjoitukseen, jossa pohdittiin Facebook-viestien käyttämistä tiedeellisessä tutkimuksessa, kun viestien kirjoittaja ei tiedä olevansa tutkimuksen kohteena. (Aivelo 2.7.2014.)

Päädyin lopulta artikkelin, oman pohdintani sekä opinnäytetyön ohjaajan neuvojen perusteella siihen, etten ottanut Facebook-ryhmien viesteistä kuvakaappauksia tai kirjoittanut viestejä suoraan sanasta sanaan. Pyrin näin turvaamaan käyttäjien anonyymiuden. Kirjoitin jotkut yksittäiset viestit auki ja referoin ne omin sanoin. Yritin pitää mielessäni sen, mitä työ näyttää ulkopuolisen silmin.

Oma opinnäytetyöprosessini oli melko nopea rykäisy. Laadin opinnäytetyöni lopulta noin kuukaudessa valmistumiskiireiden vuoksi. Tämä toisaalta mahdollisti sen, että syvennyin aiheeseen tiiviisti lyhyen ajanjakson ajan ja kirjoitin usein ja paljon kerrallaan. Itselleni tämä työskentelytapa sopi hyvin. Jos olisin tehnyt opinnäytetyötä esimerkiksi puolen vuoden ajan, olisi työnteko ollut katkonaisempaa enkä olisi kenties syventynyt kaikkeen samalla tavalla. Toisaalta pidempi työskentelyaika olisi mahdollistanut vielä tarkemman havaintojen tekemisen, kun aikaa olisi ollut enemmän.

Opin työtä tehdessäni paljon uutta keskustelupalstoista, mutta ennen kaikkea siitä, miten tärkeä keskustelupalsta on työni toimeksiantajalle. Tämä tuli esiin etenkin Vauvan toimituspäällikön Anna Ruohosen haastattelussa. Pohdin itse työtä aloitellessani, miten mielekästä on tutkia keskustelupalstoja tai yrittää parantaa niitä - siis journalistisesta näkökulmasta. Ruohosen haastattelun ja oman pohdintani kautta ymmärsin, että keskustelupalsta on oikeasti hyödyllinen elementti aikakauslehden verkkosivuilla. Parhaimmillaan keskustelupalstalla käy suuri joukko lehden kohderyhmään kuuluvia ihmisiä. Toimitus saa palstalta valtavasti hyviä vinkkejä juttuaiheisiin ja voi myös joukkoistaa aiheiden käsittelyä menemällä itse palstalle ja kysymällä kävijöiltä kysymyksiä.

Keskustelupalstalaisille teettämäni kyselyn tulokset kertoivat myös sen, että toimittaja-keskustelija-suhde toimii parhaimmillaan myös toisin päin – keskustelijat ottavat toimittajan mielellään mukaan keskusteluun ja haluavat jopa innolla osallistua lehden tekoon. Tämä kertoo jotain oleellista journalismin tulevaisuudesta. Joukkoistaminen on yhä tärkeämpää ja hyödyllisempää – tapahtui se sitten lehden verkkosivujen keskustelupalstalla tai vaikka Facebookissa.

Jään seuraamaan, miten vauva.fi -verkkosivuston uudistus etenee ja millaiselta keskustelupalsta tulevaisuudessa näyttää.

## Lähteet

Aivelo, T. 2.7.2014. Blogikirjoitus. Facebook-tutkimus herätti eettisiä epäilyksiä. Luettavissa:

[http://www.tiede.fi/artikkeli/blogit/kaiken\\_takana\\_on\\_loinen/facebook\\_tutkimus\\_heratti\\_eettisia\\_epailyksia](http://www.tiede.fi/artikkeli/blogit/kaiken_takana_on_loinen/facebook_tutkimus_heratti_eettisia_epailyksia). Luettu: 5.5.2015.

Cohen, A. Characteristics of Successful Online Communities. Idealware. Artikkel. Luettavissa: <http://www.idealware.org/articles/characteristics-successful-online-communities>.

Luettu: 5.4.2015

Daily Crodsource. What is Crowdsourcing? Luettavissa:

<http://dailycrowdsource.com/training/crowdsourcing/what-is-crowdsourcing>. Luettu: 26.4.2015.

DailyMail. 12.3.2015. Artikkel. Parenting champions or smug cyberspace bullies? As mumsnet turns 15, Femail charts the highs and lows of the online parenting force. Luettavissa: <http://www.dailymail.co.uk/femail/article-2991134/Parenting-champions-smug-cyberspace-bullies-mumsnet-turns-15-Femail-charts-highs-lows-online-parenting-force.html>. Luettu: 26.4.2015.

Donath, J. S. 1999. Identity and deception in the virtual community. Teoksessa M. A. Smith & P. Kollock (toim.). Communities in cyberspace. Routledge. New York.

Eklund, T. & Murmann, M. Yhteisöllisyyden kehittäminen Taival-verkkolehdestä. Opinnäytetyö. Luettavissa: [https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/84437/eklund\\_tomi-murmann\\_mertsi.pdf?sequence=1](https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/84437/eklund_tomi-murmann_mertsi.pdf?sequence=1). Luettu 2.4.2015.

Facebook. Wikipedia-artikkeli. Luettavissa: <http://fi.wikipedia.org/wiki/Facebook>. Luettu: 26.4.2015.

Forbes. 8.6.2009. Artikkel. Moms Connet On The Internet. Luettavissa: <http://www.forbes.com/2009/08/06/mothers-online-blogs-forbes-woman-time-community.html>. Luettu 26.4.2015.

Imetyksen tuki ry. Facebook-ryhmä. Luettavissa:

<https://www.facebook.com/groups/imetyksentuki/?fref=ts>.

Juvakka, E. Omalla tavallani äiti. 2000. Wsoy. Juva.

Kaksplus.fi. Keskustelupalsta. Aloitusnäkömä. Luettavissa: <http://kaksplus.fi/keskustelu/>.  
Luettu: 12.4.2015.

Kaksplus.fi. Keskustelupalsta. Kerhot. Luettavissa:  
<http://kaksplus.fi/kerhot/kaikki/>. Luettu: 12.4.2015.

Kaksplus.fi. Keskustelupalsta. Odotusaika. Luettavissa:  
<http://kaksplus.fi/keskustelu/lapsen-saaminen/odotusaika>. Luettu: 12.4.2015.

Kaksplus.fi. Keskustelupalsta. Vauvakuume. Luettavissa:  
<http://kaksplus.fi/keskustelu/lapsen-saaminen/vauvakuume>. Luettu: 12.4.2015.

Kaksplus.fi. Keskustelupalsta. Odotusaika. Joulukuun tontut -15. Luettavissa:  
<http://kaksplus.fi/keskustelu/lapsen-saaminen/odotusaika/2442647-joulukuun-tontut-15-a/>.  
Luettu 12.4.2015.

Kangaspunta, S. Traditionaalisesta yhteisöstä verkkoyhteisyyteen. Teoksessa Seppo Kangaspunta (toim.) Yksilöllinen yhteisöllisyys. Avaimia yhteisöllisyyden muutoksen ymmärtämiseen. 2011. Tampereen Yliopistopaino Oy. Tampere.

Kollock, P. 1999. The economies of online cooperation. Gifts and public goods in cyberspace. Teoksessa M. A. Smith & P. Kollock (toim.). Communities in cyberspace. Routledge. New York.

Kuutti, H. 2006. Uusi mediasanasto. Atena Kustannus Oy. Jyväskylä.

Larjo, P. & Ruohonen, A. 12.3.2015. Nettituottaja ja toimituspäällikkö. Vauva. Keskustelu. Helsinki.

Liinamaa, A. 2004. Hiekkalaatikon haastajat. Äitien keskustelua ja vertaistukea internetin kautta. Pro gradu -tutkielma. Luettavissa:  
<https://jyx.jyu.fi/dspace/bitstream/handle/123456789/8857/G0000641.pdf?se>. Luettu:  
5.4.2015

Mumsnet. Wikipedia-artikkeli. Luettavissa: <http://en.wikipedia.org/wiki/Mumsnet>. Luettu:  
26.4.2015.

Munnukka, T. & Kiikkala, I. 2001. Virtuaalihiekkalaatikko. Äitien kokemuksia Internetin postituslistoista arjen apuna. Yhteiskuntapolitiikka 6. Luettavissa: <http://thl32-kk.lib.helsinki.fi/bitstream/handle/10024/101149/016munnukka.pdf?sequence=1>. Luettu: 1.4.2015

Ng, D. 2014. What Online Community Managers Can Learn from Successful Discussion Forums. Online Community Management For Dummies. Artikkel. Luettavissa: <http://www.dummies.com/how-to/content/what-online-community-managers-can-learn-from-succ.html>. Luettu: 5.4.2015

Otavamedia. Tuotteet. Kaksplus. Luettavissa: <https://www.otavamedia.fi/web/guest/kaksplus>. Luettu: 12.4.2015.

Ruohonen, A. 16.3.2015 ja 30.3.2015. Toimituspäällikkö. Vauva. Sähköpostit.

Ruohonen, A. 13.4.2015. Toimituspäällikkö. Vauva. Haastattelu.

Sanoma Magazines. Mediaopas. Vauva. Luettavissa: <http://www.sanomamagazines.fi/mediaopas/brandit/vauva.html>. Luettu: 1.4.2015

Sonkamuotka, O. 2013. Naistenlehdet & netti. Tutkimus painetun lehden ja nettisivujen rooleista naistelehtikonseptissa. Opinnäytetyö. Luettavissa: [http://www.aikakauslehdet.fi/content/Liitetiedostot/pdf/Naistenlehdet\\_ja\\_netti.pdf](http://www.aikakauslehdet.fi/content/Liitetiedostot/pdf/Naistenlehdet_ja_netti.pdf). Luettu 1.4.2015.

Soronen, H. 2000. Keskustelua netissä. Psykologi: 4. Artikkel. Luettu 10.4.2015.

Statistics Portal. Number of monthly active Facebook users worldwide as of 1st quarter 2015 (in millions). Luettavissa: <http://www.statista.com/statistics/264810/number-of-monthly-active-facebook-users-worldwide/>. Luettu: 26.4.2015.

Stenvall-Virtanen, S. & Vähämäki, M. 2006. Mediatalous - liiketoiminnan ja yrittäjyyden perusteet viestintäalalle. Edita Prima Oy. Helsinki.



Tervonen, A. 2012. Verkkoyhteisö sisällöntuottajana. Case Lily.fi. Opinnäytetyö. Luettavissa: <https://tampub.uta.fi/bitstream/handle/10024/84000/gradu06242.pdf>. Luettu 2.4.2015.

TNS. Suomen web-sivustojen viikkoluvut 13/2015. Luettavissa: <http://tnsmatrix.tns-gallup.fi/public/>. Luettu: 1.4.2015.

TNS. Suomen web-sivustojen viikkoluvut 14/2015. Luettavissa: <http://tnsmatrix.tns-gallup.fi/public/>. Luettu 12.4.2015.

Vanhanen-Silvendoin, S. 1996. Äitien vuorovaikutusryhmä. Teoksessa: Matthies, A-L. & Kotakari, U. & Nylund, M. (toim.) Välittävät verkostot. Vastapaino. Jyväskylä.

Vau.fi. Foorumin yleisnäkymä. Luettavissa: <http://forum.vau.fi/>. Luettu: 12.4.2015.

Vau.fi. Keskustelupalsta. Tammikuisilla 2015 on nyt oma salainen ryhmä! Lue täältä, kuinka pääset ryhmään mukaan! Luettavissa: <http://forum.vau.fi/threads/tammikuisilla-2015-on-nyt-oma-salainen-ryhm%C3%A4-lue-t%C3%A4%C3%A4lt%C3%A4-kuinka-p%C3%A4%C3%A4set-ryhm%C3%A4-mukaan.1580619/>. Luettu: 12.4.2015.

Vau.fi. Keskustelupalsta. Vauvantuoksuista arkea. Luettavissa: <http://forum.vau.fi/threads/vauvantuoksuista-arkea.1582882/>. Luettu: 12.4.2015

Vau.fi. Keskustelupalsta. Laskettu aika helmikuussa 2015. Luettavissa: <http://forum.vau.fi/forums/laskettu-aika-helmikuussa-2015.1050/>. Luettu: 12.4.2015.

Vauva. Facebook-sivu. Luettavissa: <https://www.facebook.com/vauvalehti?ref=ts&fref=ts>. Luettu: 2.4.2015.

Vauva. Instagram-sivu. Luettavissa: <https://instagram.com/vauvalehti/>. Luettu: 2.4.2015.

Vauva 2015. Facebook-ryhmä. Luettavissa: <https://www.facebook.com/groups/724323634288037/?fref=ts>.

Vauva.info. Mediatiedot. Luettavissa: <http://www.vauva.info/mediatiedot.html>. Luettu: 12.4.2015.

Vauva.info. Foorumin yleisnäkymä. Luettavissa:  
<http://www.vauva.info/foorumi/>. Luettu: 12.4.2015.

Vauva.info. Keskustelupalsta. Tyhmät kysymykset vauvanvaatteista ja pukeutumisesta 2 - ketju. Luettavissa:  
<http://www.vauva.info/foorumi/topic/10665-tyhmaet-kysymykset-vauvanvaatteista-ja-pukeutumisesta-2/>. Luettu: 12.4.2015.

Wellman, B. & Gulia, M. 1999. Virtual communities as communities. Net surfers don't ride alone. Teoksessa M. A. Smith & P. Kollock (toim.). Communities in cyberspace. Routledge. New York.

XO Group. Wikipedia-artikkeli. Luettavissa: [http://en.wikipedia.org/wiki/XO\\_Group](http://en.wikipedia.org/wiki/XO_Group). Luettu 26.4.2015.